



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**



**TEMA:**

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN TÉCNICA,  
COORDINACIÓN PERIODÍSTICA EN LOS ESPACIOS  
INFORMATIVOS Y COMPARACIÓN DE LA  
PROGRAMACIÓN DE LAS EMISORAS: ONDAS AZUAYAS  
Y SONOONDA.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL, MENCIÓN PERIODISMO.**

**AUTORES:**

**JOSÉ ALBERTO MEJÍA OTAVALO.  
GUIDO PATRICIO PEÑALOZA FERNÁNDEZ.**

**TUTOR:**

**MST. DIEGO OSWALDO SAMANIEGO DUMAS.**

**CUENCA - ECUADOR**

**2016**



## **RESUMEN**

La investigación titulada: “Análisis comparativo de la producción técnica y coordinación periodística, en los espacios informativos de Ondas Azuayas 1110 am y SonoOnda internacional 960 am, en la ciudad de Cuenca durante los meses de febrero y diciembre 2014”, partió con un recorrido histórico de las dos emisoras escogidas, pasando por el análisis de textos bibliográficos de la comunicación; se abordó: “La teoría de la agenda setting y sus efectos” según análisis de Marcos Ávalos, “La agenda setting con el método empírico” de López Escobar, “Cómo se fabrican las noticias” de Manuel López, “La teoría de la construcción del temario” de Miguel Rodrigo Alsina, “Lenguaje de la radio” de Daniel Cohen y Marta Pereyra, “El proceso de producción” de Andrea Holgado, “Los formatos de producción” de Mario Kaplún. Posteriormente se realizó entrevistas en profundidad a las personas más cercanas de los medios de comunicación. Con los objetivos se determinó el perfil profesional, descripción de las funciones de producción, coordinación periodística en los espacios informativos y caracterización de las temáticas que se abordan en los mismos. Finalmente, los datos obtenidos presentaron: falta de designación de tareas y atribuciones de cada área de trabajo, desigualdad en la comparación de los dos medios y existencia de falencias técnicas y logísticas dentro de la radio.

**PALABRAS CLAVES:** RADIO, PRODUCCIÓN, COORDINACIÓN, AGENDA SETTING, NOTICIA COMUNICACIÓN, MEDIOS, HISTORIA, ANÁLISIS COMPARATIVO, FORMATOS, GUION RADIAL.



## **ABSTRACT**

The research "Comparative analysis of technical production, coordination and comparison of programming stations Onda Azuayas and SonoOnda in Cuenca during February and December," started with a historical overview of the two selected stations, through the analysis of bibliographic communication text, it contemplates: the theory of agenda setting and its effects according to the Marcos' Avalos analysis, agenda setting with the empirical method by López Escobar, how news is made by Manuel Lopez, the theory construction of the agenda by Miguel Rodrigo Alsina, language radio by Dannie Cohen and Martha Pereyra, the production process by Andrea Holgado and production formats by Mario Kaplun. Later interviews were conducted in depth to people who are close to the media. With the objectives, the professional profile was determined, description of the functions of production, coordination in news journalism and characterization of the issues addressed in the same spaces. Finally, the data showed: lack of designation of tasks and responsibilities of each area of work, inequality in the comparison of the two media and the existence of technical and logistical shortcomings in the radio.

**KEYWORDS:** radio, production, coordination, agenda setting, COMMUNICATION NEWS, MEDIA, HISTORY, COMPARATIVE ANALYSIS, FORMATS, RADIAL script.



## ÍNDICE DE CONTENIDO

### Contenido

RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	3
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	4
CLÁUSULA DE DERECHOS DE AUTOR.....	7
CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL .....	9
DEDICATORIA .....	11
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO 1.....	16
1. IMPORTANCIA DE LA RADIO EN LA NUEVA GENERACIÓN. ....	16
1.1 HISTORIA DE RADIO “ONDAS AZUAYAS”. ....	17
1.2 HISTORIA DE RADIO “SONOONDA INTERNACIONAL” .....	23
CAPÍTULO 2.....	31
2. LA AGENDA TEMÁTICA DE MEDIOS.....	31
2.1 LA AGENDA SETTING. ....	31
2.2 LA AGENDA DE MEDIOS.....	33
2.3 ¿CUÁL ES EL PAPEL DE LOS MEDIOS? .....	35
2.4 COMO SE CONSTRUYE LA NOTICIA. ....	37
2.5 LA NOTICIA AL AIRE.....	38
2.5.1 ORGANIZACIÓN DEL CENTRO INFORMATIVO. ....	38
2.5.2 EL TEMARIO PERIODÍSTICO.....	39
2.5.3 LAS FUENTES. ....	41
2.6 EL GATEKEEPER.....	44
2.7 ORGRANIGRAMA DE UNA EMISORA.....	49
CAPÍTULO 3.....	50
3. PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA.....	50
3.1 CONCEPTOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN EN LA RADIO.....	52
3.2 CICLOS DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA. ....	54
3.2.1 Etapa de pre-producción: .....	54
3.2.2 Etapa de producción:.....	54
3.2.3 Etapa de post- producción:.....	54
3.3 EL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	55
3.3.1 LA PREPARACIÓN. ....	56



3.3.2 EL REPARTO.....	56
3.3.3 DOBLAJE DE VOCES.....	57
3.3.4 VOCES DE APOYO.....	57
3.3.5 DISTRIBUCIÓN DE LIBRETOS.....	57
3.3.6 LA MUSICALIZACIÓN.....	57
3.3.7 DETERMINAR LA FUNCIÓN DE LAS CORTINAS.....	58
3.3.8 LA SELECCIÓN MUSICAL: LO QUE DEBEMOS EVITAR.....	58
3.4 FACTORES NEGATIVOS DE LA PRODUCCIÓN.....	59
3.4.1 LAS POSIBILIDADES, LOS RECURSOS EN LA PRODUCCIÓN.....	59
3.5 TERMINOLOGÍA DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA.....	61
3.6 PROCESO DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PARA DISEÑO DE: NOTA PERIODÍSTICA, INFORME PERIODÍSTICO.....	64
3.7 LA INVESTIGACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN.....	66
3.8 EL GUION RADIOFÓNICO CREATIVO.....	67
3.8.1 LA ELABORACIÓN DEL GUION: PRINCIPIOS BÁSICOS.....	68
3.8.2 EL ESQUEMA PREVIO.....	69
3.8.3 COMO SE DIAGRAMA UN GUION.....	69
3.8.4 NORMAS PARA EL DIAGRAMADO.....	70
3.9 EL LIBRETO RADIOFÓNICO.....	72
3.9.1 EL LENGUAJE RADIOFÓNICO.....	73
3.9.2 EL LENGUAJE: LA “LEY DEL MENOR ESFUERZO”.....	75
3.10 LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS.....	77
3.10.1 La Charla.....	78
3.10.2 El noticiero: la noticia.....	78
3.10.3 La nota, la crónica.....	79
3.10.4 El comentario.....	79
3.10.5 El diálogo.....	79
3.10.6.- La entrevista.....	79
3.10.7 La entrevista indagatoria.....	80
3.10.8 El radio periódico.....	80
3.10.9 La radio revista.....	80
3.10.10 Mesas redondas.....	80
3.10.11 Radio reportaje.....	81
3.10.12 Radio drama.....	81
CAPÍTULO 4.....	82



4 ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA.....	82
4.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO. ....	82
4.2 PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PARA INFORMATIVOS: LA AGENDA TEMÁTICA Y LA COORDINACIÓN PERIODÍSTICA.....	87
4.3 LA COORDINACIÓN PERIODÍSTICA: UN ELEMENTO SUSTANCIAL. ....	90
4.4 COMPLICACIONES AL MOMENTO DE ESTRUCTURAR UNA AGENDA DE TRABAJO. ....	92
4.4.1 Horarios Noticiosos:.....	92
4.4.2 Los temas:.....	93
4.5 LA PRODUCCIÓN DE LOS INFORMATIVOS: ALGO MÁS TÉCNICO. ....	95
4.6 LA PRODUCCIÓN EN RADIO: UN ANTES Y UN DESPUÉS. ....	97
4.6.1 LOS ESTÁNDARES DE PRODUCCIÓN: UNA CASUALIDAD O REALIDAD.....	100
4.7 GUION ESTRUCTURAL DEL INFORMATIVO “ONDAS AZUAYAS” 2014. .	102
4.8 GUION ESTRUCTURAL DEL INFORMATIVO “960” 2014.....	103
4.9 LOS INFORMATIVOS DE RADIO “SONOONDA” Y “ONDAS AZUAYAS” EN LA TEMPORADA 2014 FEBRERO- DICIEMBRE. ....	105
4.10 DESGLOSÉ DE LAS ENTREVISTAS, CATEGORÍAS ABORDADAS, Y SU DURACIÓN EN LOS INFORMATIVOS DE LOS MESES: FEBRERO Y DICIEMBRE. ....	107
4.11 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS INFORMATIVOS. ....	111
4.12 ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN. ....	115
4.13 ¿CÓMO PROGRAMAR?.....	116
4.14 VARIEDADES DE CONTENIDOS.....	117
4.15 ANÁLISIS DE PROGRAMACIÓN EN “ONDAS AZUAYAS Y SONOONDA”. .....	118
4.15.1 PROGRAMACIÓN DE RADIO “SONOONDA” 2015. ....	118
4.15.2 PROGRAMACIÓN DE RADIO “ONDAS AZUAYAS”, 2015.....	130
CAPÍTULO 5.....	153
5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. ....	153
5.1 CONCLUSIONES.....	153
5.2 RECOMENDACIONES. ....	158
BIBLIOGRAFÍA.....	160
WEBLOGRAFIA .....	161



## CLÁUSULA DE DERECHOS DE AUTOR



Universidad de Cuenca  
Cláusula de derechos de autor

Yo, **Guido Patricio Peñaloza Fernández**, autor del trabajo de titulación **“ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN TÉCNICA, COORDINACIÓN PERIODÍSTICA EN LOS ESPACIOS INFORMATIVOS Y COMPARACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS EMISORAS: ONDAS AZUAYAS Y SONOONDA”**, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de **LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, MENCIÓN PERIODISMO**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, enero 12 de 2016.

Guido Patricio Peñaloza Fernández

C.I: 010552521-6



## CLÁUSULA DE DERECHOS DE AUTOR



Universidad de Cuenca  
Clausula de derechos de autor

Yo, **José Alberto Mejía Otavalo**, autor del trabajo de Titulación **"ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN TÉCNICA, COORDINACIÓN PERIODÍSTICA EN LOS ESPACIOS INFORMATIVOS Y COMPARACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS EMISORAS: ONDAS AZUAYAS Y SONOONDA"**, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de **LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, MENCIÓN PERIODISMO**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, enero 12 de 2016

José Alberto Mejía Otavalo

C.I.: 010583134-1





## **CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL**



Universidad de Cuenca  
Clausula de propiedad intelectual

Yo, **José Alberto Mejía Otavalo**, autor del trabajo de titulación **“ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN TÉCNICA, COORDINACIÓN PERIODÍSTICA EN LOS ESPACIOS INFORMATIVOS Y COMPARACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS EMISORAS: ONDAS AZUAYAS Y SONOONDA”**, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, enero 12 de 2016.

José Alberto Mejía Otavalo

C.I: 010583134-1



## **CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL**



Universidad de Cuenca  
Clausula de propiedad intelectual

---

Yo, **Guido Patricio Peñaloza Fernández**, autor del trabajo de titulación **“ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCCIÓN TÉCNICA, COORDINACIÓN PERIODÍSTICA EN LOS ESPACIOS INFORMATIVOS Y COMPARACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS EMISORAS: ONDAS AZUAYAS Y SONOONDA”**, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, enero 12 de 2016.

Guido Patricio Peñaloza Fernández

C.I: 010552521-6



## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico a las personas más cercanas, mi familia, que con su apoyo han contribuido para fortalecer el espíritu del aprendizaje y dedicación, en especial a mi padre, hermanos y sobrinos.

Además lo dedico a mi madre, ese ser incondicional que paso muchas horas en desvelo e incertidumbre para brindar lo más valioso que puede dar una mujer, el amor. A ella que dejó enclavado en el corazón las huellas de lucha y perseverancia; que hoy desde el lugar de la luz brillante sigue guiándome y motivándome; le expreso mi gratitud en este proyecto donde he puesto mucho esfuerzo y sacrificio.

José Mejía



## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico a Dios y a mi familia, quienes con amor y apoyo constante me han impulsado a cada día luchar por una meta y el no decaer ante las diferentes adversidades.

De manera especial este trabajo es dedicado a mis padres, quienes me dieron la vida y amor incondicional. A mis hermanos y hermana quienes siempre han estado alentándome. A mis sobrinos/as quienes en momentos difíciles con sonrisas me han ayudado a seguir adelante.

Finalmente este trabajo va dedicado a mis grandes amores: Mayte y Samantha, quienes han estado durante todo este tiempo a mi lado, han compartido momentos de angustia, cansancio, alegrías y malas noches, y me han brindado su amor de manera incondicional.

Guido Peñaloza



## **INTRODUCCIÓN**

Hablar de producción radial y de la coordinación periodística en los medios radiofónicos del momento es pensar, analizar e imaginarse una labor cotidiana más allá de lo auditivo que son las emisiones en vivo o digitales de radio. Es preguntar: ¿Cuáles son las funciones de la producción y coordinación periodística de las radios?

A lo largo de la historia que evoca sobre la radio y el quehacer de la producción y la coordinación periodista, se convirtió en roles fundamentales para la supervivencia de la misma, así lo demuestran los estudios que enfocan a estas actividades.

En Cuenca luego de la aparición de la radio: de los primeros espacios informativos, el radioteatro, las radionovelas, y los segmentos de opinión orientados a la reivindicación de los derechos en las clases marginadas de la época, copan las programaciones diarias de los medios radiofónicos. Donde históricamente se identifica a Ondas Azuayas, como la radio combativa de década de los treinta y a radio SonoOnda, como el primer medio a nivel local comunitario administrado por organizaciones campesinas; no hay un trabajo que hable sobre producción técnica y coordinación periodística de quienes trabajan en este campo de la comunicación en la ciudad.

La presente investigación es un recorrido histórico y analítico comparativo de la producción técnica y coordinación periodística de los informativos en: radio “Ondas Azuayas” 1110 am, y radio “SonoOnda” 960 am, de la ciudad de Cuenca, durante del periodo febrero y diciembre del 2014. Así entonces por intermedio de una selección y depuración de temas que eran viables para



contribuir al desarrollo de este trabajo se lo termino plantea de la siguiente manera:

- Capítulo primero, determinados un punto de partida que se expresa en reseñar históricamente los medios, y la importancia de los mismos en la sociedad cuencana, además de conocer sus aportes para el desarrollo de la radiodifusión y el periodismo en esta zona del país.
- Capítulo segundo, recopilamos a varios teóricos con sus aportes que han dado a conocer a la agenda temática de medios, y la importancia de la misma, en el momento de la construcción de las notas periodísticas en el ejercicio de nuestra profesión.
- Capítulo tercero, parte de la investigación, dedicamos a recordar el trabajo en radio, con la producción radiofónica y sus principales aspectos cotidianos, además recopilamos información sobre las principales directrices del manejo de la programación para medios en la actualidad y para los futuros programadores radiales.
- Capítulo cuarto, se realiza un análisis cualitativo de los datos obtenidos en la investigación donde se utilizó un instrumento de sostenibilidad aplicado, que fue la realización de entrevistas en profundidad a las personas cercanas de los medios, y vinculados al trabajo de producción radiofónica y coordinación periodística, con el fin de extraer la mayor cantidad de información sobre el tema y de esa manera aclarar las inquietudes surgidas al plantear la indagación.

Los antecedentes adquiridos sobre las programaciones se encuentran tabulados en gráficos estadísticos y además cuenta con valoraciones generales a partir de los datos procesados.



- Capítulo quinto, exponemos nuestros resultados a través de conclusiones a las que llegamos luego de la investigación, y brindamos algunas ligeras recomendación de trabajo que podrían fortalecer estos temas tratados en los medios radiofónicos.

En definitiva, el propósito de este estudio es representar un aporte al conocimiento en las Ciencias de la Comunicación Social para la ciudad y el país, a través de bases teóricas, que detallen realidades cotidianas, para comprenderlas y generar espacios de debate y construcción para un mejor desarrollo de esta profesión.



## CAPÍTULO 1

### 1. IMPORTANCIA DE LA RADIO EN LA NUEVA GENERACIÓN.

El uso de la radio como medio de interacción en la sociedad contemporánea continúa cumpliendo, de la mano de los nuevos avances tecnológicos, una labor de importante beneficio colectivo; su propósito sigue siendo de acuerdo a las teorías clásicas de la radiodifusión, ofrecer una determinada manera para acercar la realidad al público oyente desde su entorno más inmediato dentro de los ámbitos político, económico, social y cultural.

Los contenidos en la radio sigue determinados por los criterios de cada uno de los responsables de su funcionamiento (Gerente, Director, Productor General, etc.) y su adecuación dependerá del tipo de auditorio o destinatario al que se dirija la emisora.

Para Miguel Alsina el proceso de la construcción de la realidad social depende por entero de la práctica productiva del periodismo.<sup>1</sup> De la misma manera Romo Gil, resalta que la importancia de la radio como medio de difusión se concentra principalmente “en la naturaleza de la que ésta representa, como medio en sí, ya que posee una calidad íntima de tú a tú que la mayoría de los otros medios no tienen. Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción, es menos elevado que el de los otros medios de comunicación”.<sup>2</sup>

La radio es un medio que aún en tiempos de expansión informática, continúa siendo valioso para democratizar el acceso a la libre información de una forma ágil, veraz y oportuna sobre todo para aquellos sectores sociales en donde la

---

<sup>1</sup> Alsina: 2007, 30.

<sup>2</sup> Gil: 1987, 54.





tecnología todavía les resulta ajena y para quienes la eventualidad de informarse les permite ampliar el horizonte de sus posibilidades individuales.

La radio pública holandesa “Media Naranja” –Radio Nederland– publica un estudio realizado por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) que señala:

Se evidencia una influencia de la radio convencional en América Latina ya que sigue teniendo más alcance que la televisión. La Internet avanza, pero más de la mitad de los ciudadanos latinoamericanos nunca hace uso de ese medio. La necesidad propia del hombre para comunicarse, nace de la radio tomando como antecedente las aportaciones hechos por investigadores, desde épocas pasadas, Este medio permite comunicarse a distancia sin ningún medio físico más que las ondas electromagnéticas, la radio germina como un medio de radiodifusión para comunicarse a las personas en circunstancias especiales.<sup>3</sup>

Sin embargo, Aleida Calleja coloca a la radiodifusión como soporte tecnológico que posibilita el ejercicio de algunos derechos humanos universales como son la libertad de expresión y el derecho a la información. Así como en el periódico el papeles sustancial para hacer uso de nuestro derecho a la libre expresión igual sucede con las frecuencias del espectro radioeléctrico que son tan sólo un “medio” para tal efecto.

## 1.1 HISTORIA DE RADIO “ONDAS AZUAYAS”.

Hablar de radio “Ondas Azuayas” en el mundo de la radiodifusión es resaltar ciertos rasgos históricos de la Cuenca de los años cuarenta y cincuenta del siglo pasado; esto permite situarnos en un singular pasaje de la vida citadina donde las anécdotas y algunas expresiones del romanticismo de la época van

---

<sup>3</sup> Los latinos dedican más tiempo a la radio que a la televisión; más de la mitad no tiene acceso a Internet: [www.radiomedianaranja.com/](http://www.radiomedianaranja.com/) consulta: 20 de marzo, 2015.



adquiriendo mayor valor para quienes son sus protagonistas, y para quienes deseen involucrarse en el mundo de la comunicación social cuencana.

Fundada en 1948, “Ondas Azuayas” es una de las primeras radioemisoras de carácter privado e independiente en Cuenca, que sobrevive hasta nuestros días; de allí su eslogan: "Decana de la radiodifusión en el sur ecuatoriano".

Según la historia de “Ondas Azuayas” esta nació en los aciagos años de la Segunda Guerra Mundial cuando dos jóvenes soñadores: José Antonio, y Alberto Cardoso, quienes extasiados por una “caja mágica” que traía diariamente noticias desde el otro lado del océano a través de las emisiones de la BBC de Londres, y de la Voz de América, soñaron con dejar de ser los privilegiados del pueblo porque su padre poseía una de esas raras joyas, que traía música, información, noticias de la capital ecuatoriana y del otro lado del océano, al pequeño pueblo del Sígsig.

El sueño, al cabo de poco tiempo, se fue haciendo realidad cuando los protagonistas de esta historia se instalaron en la ciudad de Cuenca en un proyecto, igual que otros soñadores, habían logrado instalar en la tercera ciudad del Ecuador. Con un transmisor casero de 10 vatios, ubicado en el sector de Cullca, que inicialmente fue de 50 y luego de 300, emite su primera señal, entre los años 1942 – 1948. Los hermanos José y Alberto Cardoso, dan un importante aporte a dos emisoras pioneras, hasta que con un poco de audacia, adquieren una deuda de unos tres o cuatro mil dólares de la época, y compran la radio que en honor a su provincia la bautizan como Ondas Azuayas.<sup>4</sup>

Gustavo Cardoso Martínez dice que su padre, José Antonio Cardoso (1921-1983), comprendió el enorme potencial de la radio y a los pocos años “Ondas Azuayas” comenzó a transmitir simultáneamente en onda corta:

Esto le permitió establecer junto con emisoras, una de Quito (Radio Nacional Espejo), Loja (Radio Centinela del Sur), y otra de Guayaquil (Atalaya), conformaron la primera cadena nacional noticiosa que la llamaron “Cadena Amarillo, Azul y Rojo”. La ruidosa señal cotidianamente recibía reportajes de

---

<sup>4</sup> Gustavo Cardoso Martínez. “Historia de Ondas Azuayas”. <http://tunein.com/radio/Ondas-Azuayas-1110-s26054/>  
Consulta: 27 de marzo, 2015.



sintonía y calidad de las tres principales ciudades del país, por lo que Ondas Azuayas fue pionera, en colocar Información de Cuenca en la plataforma nacional.<sup>5</sup>

Vinicio Vega recopiló, por los cincuenta años de radio “Ondas Azuayas”, las palabras del licenciado Alberto Cardoso, quien relata que:

Los programas que realizaban en directo, eran en mayor número que los de otras emisoras y sus editoriales encerraban un contenido que expresaba abiertamente el espíritu combativo del pueblo azuayo. Sus programas de tipo político, desafiando la opresión y la injusticia para con el pueblo de la localidad, descubriendo la verdad y condenando la dictadura de las épocas, esto le acarrearón más de un problema a la estación.<sup>6</sup>

El libro “Historias de radio”, escrita por Martha Cardoso, señala que “El Grito”, bisemanario popular en su edición del 17 de marzo de 1949, informó en su primera página sobre la inauguración de la emisora “Ondas Azuayas” de los hermanos José y Alberto Cardoso F., así como el tipo de programación previsto para esa noche y el horario en que laboraría los días siguientes.

Más tarde, como un homenaje a la fecha de fundación de la ciudad de Cuenca, la radio trasladó sus celebraciones de inauguración al 12 de Abril. Nació en Cuenca una nueva radio emisora. Si bien el corte característico de sus programaciones regulares era más o menos similar a las otras, pronto quedó asignada por un sello que la distinguió de las demás emisoras y caracterizó a “Ondas Azuayas” como “la emisora combativa” de esos años. Un gran equipo de jóvenes intelectuales fue el respaldo de sus brillantes contenidos.<sup>7</sup>

Fausto Cardoso Martínez perpetúa a su progenitor José Antonio Cardoso, al señalar que en la radio congeniaban y se atraían como imanes:

En aquellos años la radio se convirtió en un escenario público, cuya actividad era en vivo con una tecnología analógica, la comunicación electrónica era un albur; nadie sabía cómo era, que futuro tendría, y menos en una ciudad conservadora, discreta y aislada haciendo referencia a la Cuenca de los años cuarenta y cincuenta, aquella urbe que se empezaba a formar a sí misma. La radio tenía el respaldo técnico científico de grandes ilustrados como Octavio Espinoza y Aníbal Crespo, que construían los transmisores para la estación. Desde sus inicios la emisora se caracterizó por sus programas informativos que en su contenido expresaban el espíritu combativo del pueblo azuayo,

<sup>5</sup> Gustavo Cardoso, Director de noticias de “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 17 de abril, 2015.

<sup>6</sup> Vinicio Vega, Locutor de “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca 22 de abril, 2015.

<sup>7</sup> Marta Cardoso Feicán, *Historias de radio* (Cuenca: editorial Quipus, 2009), 41.



representante de los habitantes del sur del Ecuador, una región tradicionalmente rezagada del país.<sup>8</sup>

¿De dónde salió la frase: “Ondas Azuayas, la radio combativa”?, según datos del señor Rafael Paredes, oyente en la época de oro de “Ondas Azuayas” recolectadas por Vinicio Vega, recuerda:

Se vivían días difíciles debido al fanatismo de grupos dominantes en la sociedad azuaya. En Ondas Azuayas se combatió valientemente las acciones dictatoriales de civiles y militares ecuatorianos. La emisora mantuvo una posición liberal en el seno de una sociedad conservadora, sufrió clausuras, sabotajes, fue abaleada en más de una ocasión por sus posiciones liberales, y José Cardoso llegó en más de una ocasión a ser reducido a prisión, e incluso a ser excomulgado por los sectores de derecha vinculados con la iglesia ecuatoriana de los años cincuenta. Toda la represión maquinada por estos grupos, en algunas ocasiones hubiera sido suficiente para que la emisora deje de funcionar por los boicots, ataques directos, y presiones que cobraron fuerza por una clara exacerbación religiosa de aquella época. No fueron pocas las ocasiones en que hasta prédicas en los pulpitos incitaron a la población a levantarse en ataque directo en contra de la radio.<sup>9</sup>

En esta época, el sectarismo llegaba a extremos tales que por una entrevista al secretario general del entonces proscrito partido comunista del Ecuador, un primero de mayo, el Arzobispo de Cuenca pidió la excomunión para el director de la emisora. En los meses subsiguientes los contratos publicitarios disminuyeron a cero, por esta razón la emisora estuvo a punto de extinguirse; sin embargo, con gran tesón y el apoyo de sectores democráticos y progresistas de la prensa ecuatoriana, la emisora pudo recuperarse de estos críticos momentos.

En los archivos de la radio encontramos el recorte de un artículo editorial del semanario “El Grito”, cuyo principal protagonista era el progresista Jorge Sierra quien en su columna denominada: “Desde una margen del Tomebamba”, manifestaba:

---

<sup>8</sup> Fausto Cardoso Martínez, Director de programación de “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 02 de mayo, 2015.

<sup>9</sup> Rafael Paredes, oyente de radio “Ondas Azuayas”, entrevistado por Vinicio Vega, Cuenca, 12 abril de 1998.



Estamos viviendo en Cuenca un verdadero clima de histeria. Las páginas del diario local se llenan de ataques y defensas [...] Cada dos horas aparece alguna volante y los micrófonos de varias emisoras, rasgan también el espacio con palabras afiladas como puñales... La causa... Aparentemente una conferencia política sustentada por el jefe del comunismo Ecuatoriano Pedro Saad desde Ondas Azuayas, la emisora más sintonizada y de mayor prestigio en el austro ecuatoriano.<sup>10</sup>

Posteriormente reseña la historia de “Ondas Azuayas”, en el año de 1956, la emisora fue clausurada por el espacio de ocho días, bajo la acusación de haber transmitido injurias contra el Gobierno del insigne caudillo José María Velasco Ibarra; sobre este acontecimiento, diario “El Mercurio” del 5 de mayo de 1956 publicó:

La clausura de “Ondas Azuayas” es una medida completamente anti política, dentro de este aspecto queremos señalar este hecho, que si tratáramos de examinarlo en el campo legal, a la luz de la justicia, lo encontraríamos en pugna con los principios establecidos en nuestra misma legislación [.....] La idea se combate con la idea. Con este paso, así mismo, se ha demostrado no conocer la psicología del periodista. Este no nació para la humillación, para la retirada, sino para el combate, para el avance en su línea de lucha, de tal manera que cuando suena para él la hora de cumplir su misión, se exalta, se enardece comprendiendo que es el momentos de intensificar su esfuerzo y de templar más su coraje.<sup>11</sup>

En un documento donde se recopila declaraciones de Rafael Paredes, sobre esta clausura acotó:

La emisora volvió al aire luego de ocho días, con más deudas y popularidad, sin amilanarse en su línea combativa. Su director declaró entonces: "Ojalá nuestro silencio haya servido de elocuente y severa advertencia a los hombres libres de la Patria, sobre los días que nos esperan en el caso del triunfo definitivo de las hordas de la reacción". En 1961 Velasco Ibarra, se declaró dictador, fue entonces cuando “Ondas Azuayas” cumplió el papel de informar a todo el país sobre los hechos que sucedieron en Cuenca, en el transcurso de una manifestación pública en la que fueron apresados líderes del periodismo Azuayo incluyendo al director de la emisora. El 2 de Noviembre de 1961, se desplegó brutal violencia, a las dos de la tarde estacionaron frente al local de la emisora dos camiones ocupados por un centenar de soldados, rodearon el local de la radio, despejando a la gente con gases y ametralladoras amenazantes. Un grupo de ellos ingresa a los estudios violentando las puertas y despedazando las instalaciones, obligando al personal de la radio a despejar el local. La emisora

<sup>10</sup> Gustavo Cardoso. “Historia de Ondas Azuayas”, 2.

<sup>11</sup> Ibíd., 2.



es ocupada por un grupo de militares. Pesa en su contra una sentencia de clausura definitiva.<sup>12</sup>

Jaime Andrade y Cordero, señala que una radio es algo más que música y voz, es el reflejo del hombre y su medio, de su búsqueda insaciable de tiempos mejores, de su proyección al futuro, de su constante renovación en pos de las altas metas hacia las que marcha incontenible toda la humanidad; sobre la clausura de “Ondas Azuayas” manifestaba que:

Nueve años después, en 1969, José María Velasco Ibarra, nuevamente presidente del Ecuador por elección popular, en su quinto y último gobierno, en un acto de reconciliación otorga a “Ondas Azuayas”, con todos los honores, un acuerdo gubernamental por un aniversario más de fundación de la emisora que lo combatió, elogiando su labor patriótica y desinteresada y dejando constancia de la importancia que este órgano de comunicación ha tenido en la búsqueda de un futuro mejor para el país.<sup>13</sup>

“Ondas Azuayas” está ligado a la historia del último medio siglo del país, como medio de difusión, propició cambio de actitudes que contribuyeron para configurar una sociedad más democrática y participativa. Los años de represión y fanatismo, convertidos en parte de su historia, sustentan hasta la actualidad su sólida imagen como medio de comunicación comprometido con los intereses de las grandes mayorías. Un medio que fue más allá de sus funciones para comentar los hechos más relevantes de la ciudad, del país y del mundo, dando a los sucesos una enorme relevancia y estableciendo a través de sus relatos una clara línea editorial, influenciando en el destino de decenas de miles de ciudadanos.

Sus activos más fuertes fueron un personal abnegado con la radio y una gran credibilidad en el medio.

---

<sup>12</sup> Rafael Paredes, oyente de “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca 22 de enero, 2015.

<sup>13</sup> Jaime Andrade y Cordero, ex colaborador de “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca 22 de enero, 2015.



Una meta permanente de esta emisora ha sido la de consolidar el trabajo radial, actualizando sus recursos técnicos, su infraestructura física y sus recursos humanos, un viejo medio de comunicación insertado en los tiempos modernos, con la confrontación hacia una comunicación digital basadas en redes sociales y la enorme internet, afrontando el reto de la comunicación del siglo XXI. Hoy Ondas Azuayas, cuenta con tecnología de punta en comunicación, enlaces satelitales nacionales e internacionales y sus noticieros pueden ser escuchados en todos los rincones del planeta a través de la red Internet.

## **1.2 HISTORIA DE RADIO “SONOONDA INTERNACIONAL”.**

Radio “SonoOnda”, en los 960 Kiloherztz, nace el 7 de agosto 1979, siendo su dueño el señor Vicente Serrano Aguilar, y su frecuencia era catalogada como comercial. En sus orígenes la emisora se llamaba radio “Unión de Cuenca” y se transmitía a través de los 970 Kiloherztz, estaba ubicada en las calles Pío Bravo 12-56 entre Tarqui y Juan Montalvo; se caracterizaba por ser un medio con programación informativa y deportiva con algunas restricciones que en esa época prevalecía.

Radio “SonoOnda”, cuando en aquellos años funcionaba como radio “Unión Cuenca” estaba constituido por bloques programáticos: en la mañana noticias, la tarde deportes y la noche noticias y deportes; la señal era emitida a partir de las 10:00 am hasta 19:00pm. José Antonio Tenecota, mencionó que la situación económica de aquellos años tenía mucha influencia en el trabajo de la radioemisora: “Los problemas económicos se daba por el tema del precio del



petróleo y los paquetazos que recibía el país en esos años.”<sup>14</sup> Se realizaba constantes programas con la interacción de los ciudadanos, siempre encaminados a informar con veracidad a los oyentes.

Cinco personas colaboraban en el medio de comunicación, no tenían preparación profesional pero tenían muchas ganas de apoyar a la estación; realizaban entrevistas, notas informativas, programas educativos, etc. “En la década de los ochenta era complicado conseguir personal preparado para manejar una emisora, y comercializar publicidad para mantenerse al aire las 24 horas”.<sup>15</sup>

Radio “Unión de Cuenca”, hace un gran esfuerzo para realizar un periodismo deportivo diferente y para ello contó con personas que le colaboraran, pero sobre todo con la gran experiencia del titular de la radio, Don Vicente Serrano Aguilar; quién armó un equipo que comenzaba a informar todo sobre el Deportivo Cuenca y el mundo deportivo. La radio empezó a transmitir los diferentes partidos apoyando al plantel de la Ciudad, con una sintonía notable.

Según el acta de adquisición de frecuencias, el 7 de julio de 1986, el señor Vicente Serrano Aguilar solicita el cambio del nombre de la estación y su dial, por problemas técnicos y económicos, pasándose a llamar “SonoOnda”, en los 960 A.M., quedando estipulada la tarifa de arrendamiento de la frecuencia por cincuenta sucres mensuales.

Juan Jiménez, presidente de la asociación campesina de Pillachiquir afirmó:

---

<sup>14</sup> José Antonio Tenecota, miembro de la Unasay, entrevistado por Guido Pañaloza en Cuenca, 21 de abril, 2015.

<sup>15</sup> Juan Jiménez, miembro de la directiva de la Asociación de Pillachiquir que forma parte de la Unasay, entrevista realizada por Guido Peñaloza, Cuenca 25 de abril, 2015.





Vicente Serrano Aguilar, tenía como objetivo un medio de comunicación diferente donde la información era prioritaria. En el año 1988, la radio no poseía sostenibilidad económica, las limitaciones técnicas eran notorias y al no contar con los colaboradores de años anteriores, se sumó, la constante falta de continuidad de la señal, haciendo que tome la decisión de poner a la venta el medio radial.<sup>16</sup>

En el año 1989 se pone a la venta la señal de radio “SonoOnda”; tenía como uno de los interesados para adquirir la frecuencia 960 A.M. a la Unión de Organizaciones Campesinas del Azuay “UNASAY-FENOCIN”; en aquellos años Rafael Quezada, representante actual de la estación, señalaba que las emisoras de la ciudad y de la región, no enfocaban al sector rural con programas para el campesino:

La organización necesitaba de un medio de comunicación donde ellos puedan; informar todas las actividades que realizaban la Unasay, como mingas comunitarias, estar al tanto para la legalización de tierras, crear programas educativos, agrícolas y de salud para que el sector rural y de esa forma no se sienta marginados del desarrollo social de aquellos tiempos.<sup>17</sup>

La mayoría de los medios de comunicación se dedicaban a producir informaciones vinculadas con el área urbana de Cuenca y no al sector rural; con todas esas necesidades, forman una comisión de comunicación y publicidad, integrada por estudiantes de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, para que analizara la posibilidad de adquirir un medio radial.

Los miembros de la organización conjuntamente con la comisión, realizan todos los estudios necesarios para la adquisición de la frecuencia. Se asesoraron en otras provincias como: Tungurahua, Chimborazo, Pichincha, donde las organizaciones indígenas y campesinas contaban con un medio radial; para ello, se realizaron procesos constantes de capacitaciones con los

---

<sup>16</sup> Juan Jiménez, miembro de la directiva de la asociación de Pillachiquir que forma parte de la Unasay, entrevista realizada por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de abril, 2015.

<sup>17</sup> Rafael Quezada, representante legal de radio “SonoOnda”, realizada por Guido Peñaloza, Cuenca 08 de mayo, 2015.



delegados por la Unasay, con el fin de lograr un adecuado manejo de un medio de comunicación.

La comisión nombrada para la adquisición de la emisora entrega un informe positivo que permite adquirirla, donde se resalta la importancia de contar con un medio de comunicación para la organización, pues esto permite llegar a diferentes parroquias y comunidades sin limitaciones, con fines de agrupar a las personas, y fortalecer la organización, así como también demostrar que un campesino tiene condiciones de dirigir un medio de comunicación sin restricciones.

En la escritura pública que da cuenta de la adquisición de “SonoOnda” el 26 Julio de 1989, por la cantidad de doce millones de sucres, donde firman los miembros de la Directiva de la Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos UNASAY-FENOCIN, como su presidente Reinaldo Yunga Yunga, vicepresidente Manuel Puzhi, secretario de actas Luis Quituisaca, secretario de finanzas José Tenesaca, primer vocal Manuel Zhumi, segundo vocal Manuel Suconota, tercer vocal Targelia Morocho.

Fue entonces cuando comienzan una nueva etapa en la organización social, y su primera e inmediata tarea fue reestructurar toda la programación que en ese momento poseía la radio.

Es importante señalar que con la adquisición de la estación se incluía una grabadora de cinta, un amplificador automático, un estéreo mixer con ecualizador (consola), dos micrófonos, dos tocadiscos, un audífono, equipos de transmisión de señal, una antena, un equipo móvil, tres pedestales, cable o



línea de audio, un transformador de luz eléctrica, un reloj y una radio; esto en cuanto a la parte técnica.

Pero además recibió: tres aparadores de discos, un mueble para libros, un escritorio, una butaca y una papelería de metal; en cuanto a su tesoro musical recibió 1.190 discos longplays, y 1.186 discos sencillos.

Mientras la Unasay, encontraba un nuevo local para la emisora como pago del alquiler del lugar donde funcionaba hasta entonces la radio, se le dejó el espacio deportivo al señor Vicente Serrano Aguilar, hasta la finalización del campeonato nacional de fútbol.

En ese tiempo “SonoOnda”, realizaba constantes pruebas, tanto en la parte técnica como en lo administrativo, sin embargo su necesidad prioritaria era la ubicación de la estación así como conseguir el personal necesario para el desarrollo de la programación; todo esto hacía que la señal fuese intermitente durante varios meses.

“SonoOnda”, logra superar todos esos inconvenientes y el 26 de septiembre de 1989 emite su señal, que le permite transmitir hasta la actualidad; sus oficinas se encuentran en la casa “Rumiñahui”, y su antena de transmisión está ubicada en un terreno en Narancay de propiedad de la Unasay.

Con el pasar de los meses la radio logró estabilidad económica y su sintonía estaba enfocada al sector campesino, su programación informativa estaba constituida por boletines de prensa que se vinculaban a las actividades de la Unasay.



Los problemas comienzan a surgir un año después de la adquisición de la emisora, cuando la situación económica era ya una preocupación, se sumaba también la falta de experiencia en el manejo de un medio de comunicación. Todo esto produjo enfrentamientos entre los miembros de la organización, pues no tenían ingresos económicos para mantener a los trabajadores de la estación. La autogestión se realizaba hasta cierto punto, pero no cubría las necesidades; la falta de publicidad hacía que tenga mucha inestabilidad en su señal al momento de emitir su parrilla de programación.

Con todos estos agravantes y para solucionar los problemas la Unasay, designa recursos económicos de la organización para cancelar el sueldo de los trabajadores y el pago de servicios básicos, para poder enfrentarse a una nueva etapa y buscar soluciones definitivas evitando problemas futuros. Una salida al autofinanciamiento fue la venta de publicidad para poder cubrir las deudas. .

Para generar ingresos los miembros de la organización, sabían que necesitan realizar una restructuración en la programación, porque no podían seguir siendo un medio solo de entretenimiento y de información para la organización; para ello, en 1992, toman la decisión de cambiar la programación con noticias locales, nacionales e internacionales, sin dejar de producir y difundir informaciones vinculadas con las comunidades.

Además, se incluyeron nuevos formatos periodísticos como: entrevistas que les permitió conversar con quienes podían transmitir información y conocimientos destinados a fortalecer la agricultura y ganadería; pero también se incluyó espacios musicales para difundir música autóctona, música nacional y transmitir



mensajes musicales, esto permitió mayor sintonía, y mejoramiento de la situación económica de la radio.

Pero, en ese mismo año, la radio recae nuevamente en problemas económicos y surgen dificultades judiciales; las personas que trabajaron al inicio en la estación, demandan por deudas pendientes a “SonoOnda” y exigen la cancelación de los salarios adeudados por tres meses. Esto afectó a la radio y abrió la posibilidad de negociar la frecuencia, pero con el apoyo de la Asociación, “SonoOnda” seguía manteniéndose con su eslogan de “Voz y mensaje popular”.

Los fracasos de la emisora en el año 1995, iban aumentando al punto de producirse la quema del transmisor; debido a la división de la organización, un grupo estaba a favor de seguir manteniendo la emisora, y el otro deseaba que se venda la estación, por los problemas que se mantenían y además, solicitaban cambiar al representante legal cada cierto periodo.

Superando todos los problemas y mal entendimiento entre los dirigentes y los trabajadores, “SonoOnda”, se estabiliza económicamente y comienza a enfocarse en el ámbito cultural y social, catalogándose en un medio comunitario.

En el año 2000, directivos de la asociación junto al representante legal de la estación definen a “SonoOnda”, como una emisora campesina; desde entonces trabajan en diferentes comunidades, y sectores rurales, con el objetivo de llegar al campesino con un mensaje popular.



En la actualidad “SonoOnda” contribuye desde diferentes espacios a la difusión de las culturas de nuestros pueblos, basado en la formación, organización y participación social de mujeres y hombres; esta labor la asumen desde la pluriculturalidad y diversidad, así como desde los principios de equidad, solidaridad y justicia social, permitiendo que se desarrolle la actitud crítica de la población.

“SonoOnda”, la campesina, cubre amplios sectores del austro ecuatoriano: en la zona norte la provincia del Cañar, y la parte alta de los cantones de Alausí, y Chunchi, todo esto en la provincia de Chimborazo; en la zona sur cubre todo el Azuay y los cantones de Nabón, y Oña, a más del cantón Saraguro, en la provincia de Loja; en la zona oriental están los cantones de: Paute, Gualaceo, Sígsig, Chordeleg, y la parte alta los cantones de Guachapala, Sevilla del Oro, y El Pan. También Gualaquiza, Pananza y Limón Indanza, en la provincia del Morona Santiago con la señal de SonoOnda; y en la zona occidental del cantón Girón, y las partes altas de los cantones de San Fernando, Pucara, y Santa Isabel.

Radio “SonoOnda”, con sus 960 KHz en amplitud modulada y con sus 2.5 vatios de potencia, es un medio de comunicación popular y alternativa; emite su señal a partir de la 04h00 hasta las 22h00, y su transmisión se puede escuchar también a través de la web: [www.sonoondainternacional.com](http://www.sonoondainternacional.com).

El objetivo actual de “SonoOnda”, es mantener y rescatar: música, culturas y tradiciones a través de una programación diferente en radio, pues su estructura está dirigida en especial a la amplia audiencia de los sectores del área rural, y urbana en el sur del país.



## CAPÍTULO 2

### 2. LA AGENDA TEMÁTICA DE MEDIOS.

En este capítulo exponemos los principales conceptos en cuanto a la construcción mediática de las noticias en los medios de comunicación; buscamos también dar a conocer la base y los procedimientos lógicos, que se forman a través de la agenda temática o la selección noticiosa.

Para Francisco de Anda y Ramos desgraciadamente:

El lector de las numerosas y diversas informaciones rara vez percibe que detrás de la información que recibe cotidianamente se ocultan múltiples manipulaciones, realizadas por especialistas cuya función es orientar información con base en los intereses del grupo en el poder.<sup>18</sup>

Así pues los principales estudios de la rama del periodismo y la agenda de medios, sirven como herramienta primordial en la sala de redacción, donde estos temas se encajan en la reunión semanal o diaria de los trabajadores comunicacionales, ya sean: radiales, televisivos, o escritos; el propósito será siempre conocer más sobre la construcción de la noticia que se transmite al aire, y el grado de influencia sobre el receptor.

Sin embargo Camilo Taufic, citado por Francisco de Anda y Ramos en su libro: “La Radio. Un gigante dormido” relaciona a la información periodística como “un instrumento de organización, y de dirección social. Esto significa que la información no es, no será jamás, neutral”.<sup>19</sup>

#### 2.1 LA AGENDA SETTING.

La agenda de medios se podría definir brevemente como la lista de asuntos con cobertura mediática por el cuerpo periodístico de un medio. Marcos Ávalos,

---

<sup>18</sup> Anda y Ramos, 2011, 400.

<sup>19</sup> Taufic citado en Anda y Ramos: 2011, 401.



en el análisis sobre “La Agenda Setting y sus efectos”, cita a AiraFoix, T., Curto Gordo, V., y Rom Rodríguez, autores que concuerdan con los creadores de la teoría de la agenda setting: Maxwell McCombs y Donald Shaw (1968), señalando que la agenda-setting se centra en “el estudio del cómo la agenda establecida por los medios de comunicación, influye en la agenda del público”.<sup>20</sup>

Al mismo tiempo Mc Nair, y Esser evidencian, en un contexto donde las informaciones aparecen de manera tan rápida y súbita:

Los periodistas se ven en la necesidad de tomar decisiones de manera igual de rápida en la cobertura, sin la mediación de los sujetos que dominan las políticas organizacionales en las cuales debe ser sometida producción de las noticias. Esto es particularmente cierto para el caso de los medios electrónicos, en los que un valor agregado de la cobertura periodística es la inmediatez de la información. Pero es claro que se trata de eventos extraordinarios. En la cotidianidad de la producción periodística las prácticas rutinarias están centradas en el control organizacional de la selección noticiosa.<sup>21</sup>

El concepto de la teoría de la agenda temática parte del:

Por qué la información sobre ciertos argumentos, y otros no, resulta de interés para el público que vive en democracia; cómo se forma opinión pública y por qué determinados temas inducen a adoptar acciones políticas mientras otros carecen de la misma iniciativa. Según este tema la agenda setting es el estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social.<sup>22</sup>

Con esta argumentación López Escobar, en 1996 consolidó a la agenda setting como el “método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias, las listas jerarquizadoras, de los temas o problemas más destacados para la sociedad”.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Ávalos: 2007, 1.

<sup>21</sup> McNair, Esser: 1998, 40.

<sup>22</sup> Dearing y Roger: 1996, 2.

<sup>23</sup> López: 1996, 9.





Finalmente Eyzaguirre, en esta misma línea expresa que “la necesidad de estudiar a quien orienta el ejercicio de los medios, y qué se hace para privilegiar más: unos asuntos, sobre otros”.<sup>24</sup>

El citado concepto sería el principio de las investigaciones sobre: ¿Qué o quiénes establecen la agenda para el medio?, ¿Cuál sería el origen del mismo?; además de la orientación que tendría hacia el público receptor de dicha información.

## **2.2 LA AGENDA DE MEDIOS.**

Empecemos este tema revisando la agenda de medios con la tesis de Cohen, quién proyectó en sus investigaciones cómo “los medios informativos pueden no acertar, al decirnos cómo pensar sobre un determinado tema, pero si cuando nos dicen sobre qué pensar”.<sup>25</sup>

Los primeros pasos sobre las influencias de la agenda de medios en la sociedad mediática fueron establecidos por Lippmann, quién señaló a los medios informativos como “una fuente fundamental para la construcción de imágenes en la mente (percepciones), sobre el mundo de los asuntos públicos que, para la mayoría de los ciudadanos, está fuera de su alcance”.<sup>26</sup>

Esto pone en evidencia que en la sala de redacción de un medio puede pasar muchas circunstancias antes de una producción informativa; previamente las noticias, o reportajes suelen organizarse en clases o subtemas, midiendo la frecuencia de las notas en cada categoría; las que comúnmente se las llaman: primordiales o coyunturales, y las de segundo plano y poco relevantes.

---

<sup>24</sup> Eyzaguirre: 2002, 30.

<sup>25</sup> Cohen: 1963, 17.

<sup>26</sup> Lippmann: 1922, 29.



Para David Dary, los gabinetes de noticias radiofónicas son a menudo como “lugares de un desorden ordenado. La atmósfera está tensa por una prisa dominada, que se afana por llegar al plazo de la transmisión siguiente, mientras continúa manteniendo una constante vigilancia de las noticias más recientes”.<sup>27</sup>

Así pues Esteban López, quién cita a Mc Combs, intuye una dependencia de la agenda de los medios con un número de factores adiciones que pueden ser:

1) Los periodistas; 2) sus actitudes profesionales y los códigos de ética y objetividad; 3) las agencias de noticias; 4) la competitividad entre las empresas periodísticas así como el entorno institucional; 5) el sistema de partidos; 6) las diferentes presiones que ambos realizan a los directores de los medios y por último el propio que hacer de sus oficinas de prensa. De esta manera la función de los medios para como establecer la agenda está condicionada por las prioridades y puntos de vista de poderosos proveedores de información como las instituciones, los partidos políticos, y los diferentes intereses del entorno político- económico por tanto, los periodistas tienen una suerte de supeditación sobre lo que hacen o dicen los actores políticos, sus voceros, equipos de trabajo y lo que las fuentes internas de la política les suministran.<sup>28</sup>

Ahora bien según McCombs cada agenda consiste en un conjunto de objetos:

A la vez, cada uno de esos objetos posee un conjunto de atributos... Entre los atributos de un tema -o de cualquier objeto en las noticias- están las perspectivas que los periodistas y el público emplean al pensar sobre ese tema. Agenda Setting es sobre algo más que un tema o la sapiencia de un objeto. Las noticias no sólo nos dicen sobre qué pensar sino cómo pensarlo. Tanto la selección de temas para la agenda informativa y la selección de marcos sobre esos temas son potentes roles de la agenda, y estremecedoras responsabilidades éticas.<sup>29</sup>

En la obra “Cómo se fabrican las noticias” de Manuel López, indica que la agenda de medios tienen dos dimensiones: inmediata y a medio plazo: “la agenda se anotarán hechos surgidos en las últimas horas y, al mismo tiempo, hechos que serán noticias dentro de unos días semanas o meses”.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Dary: 1970, 49.

<sup>28</sup> López: 2004, 22.

<sup>29</sup> McCombs: 1992, 820 - 821.

<sup>30</sup> López: 1995, 118.



Por su parte José Antonio Meyer, plantea el propósito central de la teoría de la agenda de medios; que dicho estudio radica prácticamente en que “el público tiende a incluir o excluir de sus propios conocimientos, lo que los medios de comunicación incluyen o excluyen de sus propios contenidos”.<sup>31</sup>

De lo expuesto hasta el momento, se desprende la dependencia en la interpretación y el acercamiento que se tenga del hecho o acontecimiento, para terminar de establecer una realidad; los medios únicamente plantean al individuo la información que se convierte en su principal directriz de ver las cosas. En resumen Manuel López formula que una agenda temática, procedente del tratamiento selectivo jerarquizador de la agenda del medio ha de estar en:

Perfecta sintonía con la capacidad humana y profesional, el equipamiento tecnológico y la capacidad de autofinanciación del propio medio. Si se consigue la perfecta armonía, estamos ante un medio equilibrado e independiente. Caso que falle alguna de estas bases, el medio ofrecerá un bagaje informativo pobre.<sup>32</sup>

### 2.3 ¿CUÁL ES EL PAPEL DE LOS MEDIOS?

El papel de los medios de comunicación es que la realidad social se determine por la acción cotidiana de estos, el constante énfasis en algunos temas, aspectos y problemas del día a día, crea un esquema interpretativo y de conocimientos que se aplica más o menos de manera consciente para orientar lo que el público observa, lee o escucha. Es decir, dicho en términos de Shaw y Long: “Los medios proporcionan algo más que un cierto número de noticias, ya que definen también las categorías mediante las cuales, los destinatarios

---

<sup>31</sup> Meyer: 2009, 3.

<sup>32</sup> López: 1995, 119.



pueden fácilmente colocarlas en forma significativa dentro de su acervo de conocimientos”.<sup>33</sup>

No obstante para Miquel Rodrigo Alsina, la teoría de la construcción del temario es ecuánime en la distribución de poderes:

Los medios tiene como efecto el establecimiento del temario público, esta teoría no afirma que los mass media sean la única influencia recibida. Los mass media tienen el poder de transmitir su temario, y los receptores el de crear el suyo propio.<sup>34</sup>

Mientras tanto Funkhouser, muestra que los medios tienden a seleccionar y priorizar los temas en términos de espacio y tiempo, la prensa y la televisión provocan diferentes influencias al momento de establecer las agendas: “El autor destaca la divergencia entre la cantidad de informaciones, conocimientos e interpretaciones de la realidad social aprendidas a partir de los medios, y las experiencias personales vividas directamente por los individuos”.<sup>35</sup>

En lo particular Weaver, señala que “hay grandes paquetes de realidad que los sujetos no experimentan directamente, ni definen interactivamente en su vida cotidiana, y es todo lo contrario, dependen exclusivamente de la mediación simbólica de la comunicación de masas”.<sup>36</sup>

Además, no debemos olvidar la importancia de los encuadres noticiosos que no es más que la idea central, en la cual se basa el periodista para la organización de la noticia. En este sentido Kosicki manifiesta:

Las pautas persistentes de cognición, interpretación y presentación, de selección, énfasis y exclusión, por las que los manipuladores de símbolos organizan rutinariamente el discurso, ya sea verbal o visual. Los marcos permiten a los periodistas procesar grandes cantidades de información rápida y

---

<sup>33</sup> Shaw y Long: 1977, 103.

<sup>34</sup> Alsina: 1989, 69.

<sup>35</sup> FunKhouser: 1973, 63.

<sup>36</sup> W. Weaver: 1996, 225.



rutinariamente: reconocerla como información, asignarla a categorías cognitivas, y empaquetarla para enviarla eficientemente a sus audiencias.<sup>37</sup>

Es en este marco como el autor citado determina, que cada noticia está relacionada con una categoría; esto puede hacerse de dos formas o mediante la combinación de ambas: “una forma es mediante un programa informático que a partir de la búsqueda de palabras claves clasifique las noticias”.<sup>38</sup>

Al mismo tiempo Zhu y Bloop, formulan otro método basado en la categorización manual a través del cual, los investigadores y posiblemente varios asistentes de investigación sitúan cada nota a una categoría:

En general la agenda mediática, es una medida considerando a frecuencia y prominencia en la cobertura mediática de un tema, teniendo en cuenta factores como: 1) ancho de la columna en las notas de los diarios, o en la cantidad de tiempo de aire en la televisión, 2) por la posición del tema en un diario o programa.<sup>39</sup>

## 2.4 COMO SE CONSTRUYE LA NOTICIA.

Para la construcción de las noticias que, día a día, se trabajan en los diferentes medios de comunicación, se necesita un tratamiento especial de la información que se dará conocer mediante un producto que será puesto en escena; varios factores se pueden observar al momento de la producción de la noticia.

Con respecto al tema Miquel Rodrigo Alsina habla de un proceso complejo que se inicia con un acontecimiento pero “no hay que entender el acontecimiento como algo lejano, a la construcción social de la realidad por parte del sujeto”.<sup>40</sup>

Por ello Martínez Albertos, define a la noticia como: “un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede

---

<sup>37</sup> Kosicki: 1993, 112.

<sup>38</sup> Kosicki: 1993, 112.

<sup>39</sup> Zhu y Bloop: 2002, 100.

<sup>40</sup> Alsina: 2005, 125.



considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión”.<sup>41</sup>

Frente a lo expuesto, Miquel Rodrigo Alsina encuentra la necesidad de diferenciar el acontecimiento de la noticia:

El acontecimiento es un mensaje recibido, mientras que la noticia es un mensaje emitido. Es decir, el acontecimiento es un fenómeno de percepción del sistema, mientras que la noticia es un fenómeno de generación del sistema. Sin embargo, lo que para el sistema son noticias, para otro sistema son acontecimientos.<sup>42</sup>

Por último, apunta Berger, “la sociedad deviene una realidad sui generis a través de la objetivación, y el hombre es un producto de la sociedad a través de la interiorización”.<sup>43</sup>

## 2.5 LA NOTICIA AL AIRE.

Para Francisco de Anda y Ramos, organizar un noticiero implica un trabajo arduo que culmina en un afortunado o desafortunado mensaje que se ofrece al público; parte de este trabajo consiste en determinar cuánta gente y de qué tipo requerimos.

### 2.5.1 ORGANIZACIÓN DEL CENTRO INFORMATIVO.<sup>44</sup>

A su cargo está la coordinación general y la supervisión de redactores, reporteros, comentaristas, locutores y grabación. Así como revisar toda la

**Editor o jefe del centro.**

---

<sup>41</sup> Martínez: 1977, 35-36.

<sup>42</sup> Alsina: 2005, 147.

<sup>43</sup> Berger: 1981, 15.

<sup>44</sup> Anda y Ramos; 2011: 441 - 442.



información y dar guías para el trabajo.

**Editor auxiliar o jefe de producción.**

La función es editar los trabajos; es el segundo al mando y es, además, reportero, comentarista y redactor.

**Los reporteros.**

Deben buscar la “voz que es noticia”. Sus intervenciones no deben superar un tercio del tiempo total de su reportaje.

**Los comentaristas.**

Analizan los acontecimientos de interés dándoles la dimensión histórica en relación con sus antecedentes y posibles consecuencias.

**La agilidad de un noticiero.**

No se obtiene leyendo apresuradamente sino alterando dos voces: una masculina y una femenina.

### **2.5.2 EL TEMARIO PERIODÍSTICO.**

En la elaboración de la información también encontramos la producción del temario periodístico, más conocido como la agenda periodística.



El periodista siempre debe estar preparado para realizar diferentes actividades: redactar una información, reconocer la noticia importante para dar a conocer al público oyente: “El objetivo es conseguir periódicos e informativos de radio y televisión más interesantes, menos aburridos, más profundos y más democráticos”.<sup>45</sup>

Además el temario periodístico consiste en la selección de la información cuyo proceso se vuelve complicado, la teoría de la “producción del temario periodístico sostiene que los medios pretenden a través de estos procesos no sólo exponer temas, sino centrar la atención del público en unos temas”.<sup>46</sup>

Hacemos nuestro el criterio de Héctor Borrat, cuando dice: "cada periódico produce una actualidad periodística que le es propia, característica, autónoma e irrepetible".<sup>47</sup>

Es decir cada medio de comunicación se maneja de diferente manera, no necesariamente van a tener la misma línea al momento de dar a conocer una información; para algunos será importante la información internacional, para otros la nacional. Sin embargo MacQuail especifica que: “Los medios de comunicación actúan por regla general, aún incluso sin pretenderlo, confirmando los valores dominantes en una comunidad o país. Y esto lo hacen a través de una combinación de decisión personal e institucional, presión exterior y previsión de lo que espera y desea una audiencia grande y dispersa, heterogénea”.<sup>48</sup>

---

<sup>45</sup> López: 1995, 18.

<sup>46</sup> Marletti en Rodrigo: 1989, 135.

<sup>47</sup> Borrat: 1989, 39.

<sup>48</sup> MacQuail: 1991.





Recalcamos que la información, en el caso del periodismo escrito plasmado en papel, aunque está siendo, poco a poco, desplazado por la tecnología, sigue siendo unos de los más importantes medios que facilita información al lector.

Manuel López puntualiza:

Los periódicos han sido tipificados como prestigiosos y de masas. Los prestigiosos se dirigen a un público homogéneo y exigente, cuya contextualización gráfica es poco ambiciosa separando información de opinión. Por lo contrario la de masas está dirigida a un público en general, su lenguaje es coloquial y además los recursos en el periodismo popular se dirigen a la búsqueda de noticias de interés humano.<sup>49</sup>

Por su parte, la radio sigue siendo un medio de comunicación con gran alcance y aceptación, se ha desenvuelto a la par del desarrollo tecnológico actual, pues ahora se puede recibir su señal en cualquier parte del mundo mediante su streaming o real audio. Sin embargo, la televisión es uno de los medios que mayor imagen informativa desenvuelve, tiene mayor posición que el resto de medios de comunicación, emite señales en vivo mediante microondas, contiene imágenes en movimiento y sonidos.

Manuel López asegura que la televisión muestra cómo es la noticia, mientras la radio la dice y el periódico la explica: “El público puede elegir que noticias les interesan, estos pueden variar, según la oferta que presente el periodista al momento de la elección de la información. Por tal motivo hay que darle el contraste respectivo a una información”.<sup>50</sup>

### **2.5.3 LAS FUENTES.**

El periodista no podrá ser testigo de todos los acontecimientos que se puede dar en la sociedad, va a ser necesaria la presencia de las fuentes, permitiendo

---

<sup>49</sup> Manuel López: 1995, 23-24.

<sup>50</sup> López: 1995, 24.



de esta manera solventar y contrastar la información. El tema de las fuentes es una parte significativa en el proceso de la elaboración de la noticia y en el estudio de profesional del Periodismo.

El vínculo entre acontecimiento-fuente-noticia es céntrico, porque la construcción de la realidad puede llegar a influir en el lector, televidente o radioyente. A continuación nos proponemos recoger algunas investigaciones de interés que aportarán al conocimiento de esta temática.

Partimos citando el libro “Lenguajes de la Radio” realizado por Daniel Cohen y Martha Pereyra, quienes resumen un enfoque de Vanesa Gómez y Jogelina Rodríguez; sobre las fuentes, señalan:

Cuando se habla de fuentes periodísticas se hace referencia al lugar donde nace la noticia, es decir, el origen de la información. Una vez obtenida dicha información, el periodista la expone a los oyentes de manera ordenada y elaborada. Las fuentes facilitan los datos necesarios para elaborar la información, confirman las afirmaciones del periodista, dan credibilidad a la información y sirven para diferenciar la información de la opinión.<sup>51</sup>

En el caso de Manuel López mantiene que “el periodista no se inventa las noticias, no puede ser siempre testigo de los acontecimientos dignos de ser convertidos en noticia, el periodista tiene que basarse en testimonios para escribir sus relatos”.<sup>52</sup>

Debemos rescatar aquí la relación entre las fuentes de información y la profesionalidad del periodista.

Según Giorgio Grossi el nexo que se establece entre la fuente y el periodista es interactiva y reflexiva, está sujeto a negociación ideológica y lingüística y sobre todo a influencias exteriores al campo informativo.

Este nexo entre fuentes y periodistas no puede ser eliminado ni a través del privilegio asignado a fuentes alternativas (las cuales usualmente tienden a reestructurar el acontecimiento), ni postulando una «politización» del periodista

---

<sup>51</sup> Cohen y Pereyra: 2010, 39.

<sup>52</sup> López: 1995, 29.



como garantía sobre la validez de las fuentes (sería una pre estructuración a nivel ideológico), ni tan siquiera auspiciando la eliminación del rol del periodista si la mediación no la desarrolla el periodista, ésta se realizará en otros ámbitos sociales mucho menos controlables).<sup>53</sup>

Por otro lado, David Dary establece el término fuentes como “significado de algo que suminstras información. Si esa información es precisa, está al día y tiene cierto efecto sobre la vida, el bienestar o el interés de público en general se constituye una noticia”.<sup>54</sup>

Toda nota informativa debe estar siempre respaldada con fuentes, éstas ayudarán con datos importantes a complementar la información. En cambio Gaye Tuchman, enfoca su análisis hacia el periodista, “quién conoce que entre fuente informativa y noticia hay una relación directa, condicionada a la labor en un medio, cuantas más fuentes tiene uno más información consigue”<sup>55</sup>; pero es imposible cubrir todas las fuentes para una nota informativa radiofónica, conociendo de antemano que el peor enemigo en un medio radial es el tiempo y los espacios, para informar a la ciudadanía.

Para José Ignacio López Vigil “el periodista, no puede siempre ser testigo presencial de los acontecimientos dignos de ser convertidos en noticias [...] Ningún medio es tan ubicuo que pueda cubrir todos los hechos importantes ni contar con enviados especiales en los puntos donde haya material informativo”.<sup>56</sup>

Vanessa Gómez y otros autores recomiendan al periodista tener en cuenta que hay una infinidad de fuentes a las cuales recurrir, pero señalan que:

---

<sup>53</sup> Grossi; 1981: 82 - 83.

<sup>54</sup> Dary; 1970: 69.

<sup>55</sup> Tuchman; 1983, 110 – 111.

<sup>56</sup> López; 2005: 147.



No todas las fuentes servirán al momento de obtener una información precisa, seria, honesta y plural. Es por ello que realiza una selección de fuentes. Contar con un caudal importante de potenciales fuentes de información le permite al profesional mantener una postura independiente de informaciones y versiones interesadas y cumplir así con “la regla de oro”: todos los datos deben ser chequeados por dos fuentes independientes entre sí, esto es, contrastar y verificar los datos obtenidos.<sup>57</sup>

### 2.5.3.1 TIPOS DE FUENTES

De acuerdo a “Manuel López”<sup>58</sup>, existen los siguientes tipos de fuentes:

**Fuentes Propias:** Las establecidas por el propio medio, los pactos del editor con empresas e instituciones.

**Fuentes Institucionales:** Procedentes del poder financiero, político y religioso, pero también social.

**Fuentes Espontáneas:** Son sectores de la sociedad que generalmente entran en conflicto con las grandes corporaciones que constituyen el poder.

**Fuentes Confidenciales y Anónimas:** Están relacionadas con el poder y a través de ellas obtenemos documentos e informes de gran valor periodístico, también son personas que informan de algún hecho de interés pero que lo hacen sin darse a conocer.

## 2.6 EL GATEKEEPER.

Son diferentes aspectos que se debe tomar en cuenta para la construcción de las noticias; el periodista tiene que saber concretar y defender aquello que es importante desde su punto de vista, evidenciando su compromiso, volviendo útil e interesante la información para el público que está detrás de un periódico, radio o televisión.

---

<sup>57</sup> Cohen Daniel- Pereyra Martha; 2010: 39-40.

<sup>58</sup> López; 1995:37-40.



Así pues De George, citado por Rodríguez en la Teoría de la Agenda *Setting* considera al gatekeeper como “la persona encargada de determinar qué asuntos son periodísticamente interesantes y cuáles no, qué importancia se les dará, cuál será su ubicación y su titular y el género periodístico con que se lo tratará”.<sup>59</sup>

Para Wolf citado por Stella Martini en un estudio de periodismo, noticia y noticiabilidad, considera necesario incluir en el análisis, el sistema productivo en su conjunto y el funcionamiento del gatekeeper; mediante estos elementos, el autor expone que se puede establecer que la tarea de selección es un “proceso jerárquicamente ordenado y vinculado a una extensa red de feed back”.<sup>60</sup>

Además Enric Saperas señala que:

Los gatekeepers adquieren una especial relevancia en relación a la capacidad de iniciar y de establecer la agenda temática al realizar la selección de los temas y al establecer el grado de relevancia de los mismos. Determinan, también, cuáles es, el período de permanencia de un tema en los medios y destacan cuáles son los conflictos de mayor presencia pública. Es decir, la agenda de los medios de comunicación dependerá de la acción de los gatekeepers que son los actores profesionales que individual u organizativamente determinan los items de actualidad valorados como relevantes en cada momento.<sup>61</sup>

Janowitz, toma partida en la polémica sobre los “guardabarreras” y menciona el papel del trabajo del periodista.

La tarea fundamental del periodista dado la ambigüedad del modelo del defensor y la centralidad de la información en la sociedad democrática está en el rol del seleccionador (gatekeeper). El rol del defensor, como rol distinto y secundario, si requiere seguir con su eficacia y responsabilidad debe exigir un cierto grado de profesionalidad, necesaria para asegurar su independencia y para definir sus límites y sus posibilidades.<sup>62</sup>

---

<sup>59</sup> Rodríguez; 2004: 40.

<sup>60</sup> Wolf en Matini; 2000: 8.

<sup>61</sup> Saperas; 1987: 63.

<sup>62</sup> Janowitz, 1980: 44.



Aunando en la misma investigación, López Manuel, recalca que “a los periodistas decidores, se los puede definir como los periodistas jueces, son los que tienen cargos medios elevados; desde un jefe de sección hasta el propio director, pasando por los redactores, coordinadores de área, editores y subdirectores”.<sup>63</sup>

Por otra lado Carl Warren señala que “la noticia está compuesta por los siguientes ingredientes: actualidad, proximidad, consecuencias, relevancia personal, rareza, conflicto, sexo, emoción, y progreso, pero que la mayoría de periodistas no tienen presente esta plantilla”.<sup>64</sup>

La inclusión y exclusión hace referencia a la información que tendrá que ser realmente interesante; es decir, se incluirá todo temario que tenga la relevancia del caso, previo análisis en la agenda temática, esto será reflejado en las páginas de los periódicos, los minutos que se le da en radio, y la matiz que se observará en la televisión.

Como señala Manuel López, en la construcción de la noticia “incluir es centrar nuestros esfuerzos en trabajar sobre unas noticias que coinciden con los intereses fundamentales del producto y del lector”.<sup>65</sup>

La jerarquización es otro aspecto importante en la elaboración de la noticia, este proceso es decisivo ya que se podrá conocer qué información será importante para el receptor. Jerarquizar es ordenar la información, priorizar los temas de actualidad, destacar las más interesantes para el producto final.

---

<sup>63</sup> López, 1995: 15.

<sup>64</sup> Carl, Warren: 1975, 43.

<sup>65</sup> López, Manuel: 1995, 58.



Asegura este autor que primero se decide qué entra y qué no queda incorporado en el circuito informativo. Luego se produce la primera jerarquización y valoración de los temas de interés público y quizá se establezca una jerarquía de prioridades.

Al sumar todos estos aspectos se podrá ya crear el temario final, donde se realiza otro filtro para la eliminación de la información que no tendrá un posible interés relevante para el público; por ello, como señala Manuel López: “La información que aparece en el producto final, no se selecciona, ni se redacta por sí sola; todo lleva un estricto control por los guardabarreras”.<sup>66</sup>

Los “guardabarreras” o periodistas en un medio de comunicación están organizados de manera escalonada, el principal es el director del medio y es el encargado en señalar, decidir, rectificar, cualquier tipo de información que el reportero ha venido desarrollando; además, siempre trabaja con los objetivos establecidos, gestiona los recursos necesarios para que se realice el trabajo periodístico. Manuel López señala: “El director tiene a sus órdenes a subdirectores, que a su vez mandan a redactores-jefes y éstos jefes de sección, que gobiernan sobre los periodistas”.<sup>67</sup>

El “guardabarrera” tiene la dura misión de analizar la información, incluirla, excluirla y jerarquizar la misma, para que la noticia final sea plenamente procesada con el fin que el receptor asimile de muy buena manera la información que se entrega.

---

<sup>66</sup> López, Manuel: 1995, 59.

<sup>67</sup> López, Manuel: 1995, 60.



Grandi indica tres clases de “guardabarrera” que son válidas: la del vigilante individual, la del vigilante de la organización, y la del vigilante del sistema comunicativo.<sup>68</sup>

McCombs y Shaw argumentan: “El guardabarrera es la primera base del edificio de la confección del temario periodístico, o compendio final de las noticias que se publicará o emitirá en un medio”.<sup>69</sup>

Al conocer la pirámide y la organización estructural de un medio de comunicación, en especial la radio, se viene la labor más difícil que es buscar la noticia, encontrar información con carácter de urgente, con interés nacional, con enfoque deportivo, todo esto siempre manteniendo la línea del medio y del periodista.

Señala Borrat:

Los periodistas que salen a la calle, leen mucho, son periodistas especializados mientras los profesionales que vuelven a redactar noticias procedentes de agencias, comunicados especiales, son generalistas. Pero toda redacción debe tener su equilibrio entre periodistas generalistas y especializados, para dar mayor cohesión al producto.<sup>70</sup>

Aunque Tuchman, advierte que es inútil que todos los periodistas se empeñen en saber una sola cosa, lo mejor es que cada especialista pueda ser una generalista y viceversa. Esto podrá garantizar que todos puedan cubrir sucesos imprevistos con profesionalismo.<sup>71</sup>

Aunque muchos no conocen el verdadero significado de ser periodista, Manuel López argumenta: “El periodista es toda profesional con una base de cultura

---

<sup>68</sup> Grandi: 1985, 90.

<sup>69</sup> McCombs y Shaw: 1972, 85.

<sup>70</sup> Borrat: 1989, 90.

<sup>71</sup> Tuchman, 1983, 115 - 116.



sólida, adquirida en la universidad, y está dotado de criterios personales basados en la honestidad y el respeto a la verdad”.<sup>72</sup>

Mientras para Tuchman, “el ser periodista significa conocer cómo encontrar relatos pertinentes para la ubicación que uno tiene en la red informativa”.<sup>73</sup>

## 2.7 ORGRANIGRAMA DE UNA EMISORA.

El organigrama de una emisora radial convencional en la vertiente de informativos señala “Manuel López”<sup>74</sup> de la siguiente manera:



<sup>72</sup> López Manuel: 1995, 70.

<sup>73</sup> Tuchman, 1983, 120.

<sup>74</sup> López Manuel: 1995, 80. “López señala que todo medio de comunicación debe manejar un organigrama para un mejor rendimiento en todos sus departamentos”.



## CAPÍTULO 3

### 3. PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA.

Para este capítulo exteriorizamos las bases teóricas de la producción radiofónica así como también describimos el cambiante mundo del periodismo radial frente a las nuevas estrategias tecnológicas de la comunicación social.

Los periodistas radiales han visualizado cómo su actividad se ha modificado gracias a la ciencias aplicadas durante los últimos años: al inicio se disponía del radio periódico, donde se leían noticias frente al micrófono; de allí se pasó al reportero que podía consignar en una cinta magnética (cassette) la voz del protagonista de la noticia y hacer una salida en directo desde una línea de telefonía fija. En la actualidad, las voces se graban en medios digitales y las salidas en directo se hacen desde cualquier parte del mundo gracias a un teléfono celular, digital, satelital o la internet.

Por ello, consideramos que ahora se debería hablar de la interacción periodística con los oyentes, dando paso a la formación de “periodistas ciudadanos”, el receptor ya no solo se conforma con recibir el mensaje o lo dicho por el emisor, sino más bien busca la forma de intercambiar roles y libretos.

Sin embargo, la revista “Razón y Palabra” publicada por Óscar Julián Cuesta Moreno, cita a Gerardo Albarrán, quien en su artículo sobre la formación de nuevos periodistas reflexiona que estos:

Deben considerar las herramientas a su alcance, no debe focalizarse ni mucho menos agotarse en ella, es decir, la formación de los nuevos periodistas debe dar cuenta de las innovaciones tecnológicas nuevos intercambios de formación, más no puede quedarse en su uso, sino en profesionales que observen analíticamente



esas nuevas interacciones y puedan analizar: el para qué, y cómo de esas herramientas.<sup>75</sup>

Por tal motivo, la producción radiofónica frente a los ciudadanos de hoy, sucumbe debido a la gran cantidad de información, que desde diferentes canales como: redes sociales, blogs, correos electrónicos, mensajes de texto, televisión abierta, satelital, cable, emisoras radiales, vallas publicitarias, periódicos, etc., se transmiten y terminan complicando el papel del periodista radial en esta gran gama de oferta informativa.

Las nuevas generaciones por su parte, recurren a los contenidos en la internet para informarse, incluso no asisten a los portales periodísticos, sino a las redes sociales; el resumen de la noticia en un trino de twitter es lo que día a día mueve a miles de internautas en el espacio.

En la actualidad, el periodista profesional, el productor radiofónico, ya no pueden ser simples informadores, porque ese papel puede cumplirlo cualquier ciudadano, gracias a los diferentes canales abiertos por las innovaciones tecnológicas mencionadas.

Para Ángeles San Martín:

La labor de observar, criticar y explicar la realidad debe ser hoy, más que nunca, una labor del periodista: En este sentido, el periodista del siglo XXI no puede mostrarse como un mero narrador de la actualidad, sino que debe apelar a su profesionalidad y su buen hacer e intentar comprender la realidad que nos rodea, exponerla y expresarla de una manera más objetiva, honesta y veraz posible.<sup>76</sup>

En el actual contexto de desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, el periodista y el productor radiofónico, deben estar pendiente

---

<sup>75</sup> Óscar Moreno, "Razón y Palabra", Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, N° 80 (2012): 1. [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)). Consulta: 04 de mayo, 2015.

<sup>76</sup> San Martín Ángeles, 2011: 4.



de las nuevas dinámicas de producción radial, volviéndola más atractiva, más ágil, más precisa, cercana hacia el oyente.

En el siglo XXI el productor de radio, debe brindar un canal para que los ciudadanos se comuniquen con los personajes que hacen los diferentes espacios de la radio, y se pueda escuchar al aire su mensaje, cuyo propósito debe ser compartido ya sea en redes sociales, o escuchando sus inquietudes vía telefónica, sin dejar de lado sus propuestas y críticas, brindando espacios para el diálogo y permitiendo que el oyente sea constructor activo de la mesa de redacción.

Dice Francisco de Anda y Ramos, “El éxito de la comunicación está determinado por la respuesta en el comportamiento del escucha. Las respuestas las ubicamos en: atención y reacción”.<sup>77</sup>

Por último Miguel Ortiz, considera a la creatividad como otro importante aspecto en la radio contemporánea: “En ese sentido, se ha pasado de una radio formal, de lectura de noticias, a formas flexibles de presentación de contenidos. Y, tal como el autor plantea, el papel del presentador y de todo su equipo de producción es significativo”.<sup>78</sup>

### 3.1 CONCEPTOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN EN LA RADIO.

La creación de un producto radiofónico, para Avelino Amoedo, tiene su finalidad en la elaboración de los mensajes, “pero como todo proceso productivo, se compone de un conjunto de actividades, destinadas a la

---

<sup>77</sup> Anda y Romero; 2011: 357.

<sup>78</sup> Ortiz; 2009: 241.



concepción, diseño y realización, o lo que es lo mismo, conocimiento, recogida, selección, combinación y realización de un producto radiofónico”.<sup>79</sup>

Así también Mario Kaplún, señala que “la radio es la palabra hablada y, como tal, el comunicador debe tratar de darle calor humano, emoción, naturalidad al mensaje que se transmite por sus ondas, con el propósito de lograr que los oyentes se identifiquen con las inquietudes y aspiraciones que pueda verse a través de los mensajes radiales”.<sup>80</sup>

Daniel Cohen y Marta Pereyra, por su parte, recogen versiones de Vanesa Gómez, y Jorgelina Rodríguez Jáuregui, del libro: “Lenguajes de la radio”; ellos conciben a la producción periodística radiofónica como “un proceso (articulación de una serie de actividades) que fluctúa de acuerdo a las necesidades, los tiempos, los objetivos, el contexto del trabajo radiofónico y del que hacer comunicativo”.<sup>81</sup>

En cambio Carl Hausman, Fritz Messere, Lewis O’ Donnell, y Philip Benoit, en su recopilación sobre producción moderna de radio, consideran una buena producción como: “extensión de la programación de radio y un productor – alguien que manipula el sonido para crear un efecto o comunicar un mensaje – deben adaptar esa producción para reforzar el sonido de la estación”.<sup>82</sup>

Por tal motivo, se concuerda que mecánicamente la producción radial surge como un método de combinación de fuentes sonoras para comprimir un producto específico, el mismo que será expuesto al aire.

---

<sup>79</sup> Amoedo; 2002: 164.

<sup>80</sup> Kaplún: 1978, 18.

<sup>81</sup> Cohen, et al: 2010, 46.

<sup>82</sup> Hausman, et al: 2011, 15.



Cualquier persona cercana a la actividad puede fungir el papel de productor, desde un jefe administrativo pasando por un coordinador de noticias, el locutor o el operador de consola, pues todos en el ejercicio de sus actividades también se trasforman en productores.

### 3.2 CICLOS DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA.

Dentro de la producción radiofónica, encontramos las siguientes etapas:

**3.2.1 Etapa de pre-producción:** Elaboración de un andamiaje que sostendrá y orientará todo el proceso, con una etapa de investigación, edición y redacción.

- Investigación: Asumir un determinado punto de vista acerca de la realidad, y un modo adecuado para conocerla y explicarla.
- Edición: Producir un texto coherente y respetando el sentido que el emisor originalmente le diera a su mensaje.
- Redacción: Requiere de profesionalidad para garantizar en todo momento a los oyentes una información, objetiva, completa y plural.

**3.2.2 Etapa de producción:** En esta etapa se pone en consideración el material de la pre-producción, con el fin de obedecer a lo planificado. El equipo de producción es el responsable de decidir los temas que habrían de salir al aire, confeccionar el esquema o estructura del programa, concertar las entrevistas telefónicas, decidir dónde irán los móviles de cobertura, y por último facilitar las herramientas de trabajo adecuadas para los demás profesionales.

**3.2.3 Etapa de post- producción:** Procedimiento de evaluar el ciclo, esto es, el logro de los objetivos, el desempeño de roles, la búsqueda de la información –pre-producción–, así como también su elaboración,



selección y puesta al aire –producción–, análisis de tanto los contenidos, como la música y la locución, es decir, el programa emitido.

### **3.3 EL PROCESO DE PRODUCCIÓN.**

El proceso de producción se enfoca en la elaboración de géneros y programas radiofónicos, es decir, hacia cualquier tipo de mensaje radiofónico, pues en la programación de una emisora todos los contenidos se concretan en géneros que, a su vez, integran un programa o bien se planifican en unidades programáticas.

Para Andrea Holgado, el proceso de creación de un programa radiofónico tiene un punto de partida: la idea. “esta idea a la vez tendrá su fundamentación y origen. La estructura, el género, el estilo y el formato, estarán supeditados a esa idea, que será la que determinará las características diferentes de nuestro trabajo”.<sup>83</sup>

La producción radiofónica se centra inicialmente en aquellos mensajes de elaboración más sencilla como son los géneros radiofónicos; estos además se integran en otros más amplios, los programas radiofónicos, abordados en un nivel posterior.

Esto implica, un conocimiento teórico como paso previo a la realización de las prácticas, no solo como orientación en el establecimiento de pautas de trabajo, sino especialmente como sistematización de saberes, razonamiento de procesos y fomento de la reflexión inherente a todo proceso creativo; no olvidemos de la formación técnica que puede garantizar la correcta aplicación de conocimientos, y que desarrolla las habilidades necesarias para manejar

---

<sup>83</sup> Holgado: 2011, 108.



con destreza los recursos necesarios para elaborar cualquier tipo de producto radiofónico.

Emna Roderó Antón, insiste que la producción radiofónica hace referencia:

Al conjunto de actividades del proceso productivo destinadas a la concepción, el diseño y la realización de un producto radiofónico que, como segunda condición, reclama un conocimiento teórico y un desarrollo de habilidades en las técnicas de creación radiofónica, por tal motivo, Haussman, Benoit y O'Donnell; subrayan que las habilidades de producción, constituyen la base de la creación del sonido de una estación.<sup>84</sup>

De igual manera, Francisco de Anda y Ramos, menciona que “el comunicador en programación debe tener más aptitudes para trabajar en grupo, que individualmente. La radiodifusión es por costumbre una yuxtaposición un ensamble de programas donde diversas personas trabajan”.<sup>85</sup>

### **3.3.1 LA PREPARACIÓN.**

Uno de los principales procesos de la producción es tener todo claro para plasmarlo en el papel, antes debemos tener en cuenta algunos aspectos como lo hemos señalado con anterioridad; es decir, el tipo de letra, los espacios que maneja, los márgenes, la gramática en general, etc.

### **3.3.2 EL REPARTO.**

Lo primero que hace el escritor o libretista es buscar a los locutores para asignar a cada uno un personaje, debe buscar personas que se adapte a la temática del libreto, porque las voces de los locutores reflejen las características de los personajes. Andrea Holgado, capta que “cuando nos comunicamos, cuando logramos conectar, algo mágico se produce. Porque convengamos que no hay dos personas que tengan la misma estructura

---

<sup>84</sup> Antón: 2005, 296.

<sup>85</sup> Anda y Ramos: 2011; 357.





emocional, porque cada persona es única. Sin embargo, podemos vibrar en la misma frecuencia cuando algo nos llega”.<sup>86</sup>

### **3.3.3 DOBLAJE DE VOCES.**

Son las mismas personas que ya tienen un papel dentro del guion, quienes emplean un tono de voz diferente para dar vida a otro personaje,

### **3.3.4 VOCES DE APOYO.**

Esto se puede dar cuando existen varios actores quienes apoyan con soporte auditivo; es decir, que apoyan con efectos de sonido, como por ejemplo: personas en la calle, reunión de amigos, si no se tiene un grupo mayor de locutores, pues se tendrá la participación de extras.

### **3.3.5 DISTRIBUCIÓN DE LIBRETOS.**

Se entrega el libreto con anticipación al locutor para que haga sus ensayos correspondientes, lo estudie, pueda responder algunas inquietudes que se puede presentar, lo vocalice, debe leer todo el libreto, no solo su parte en el guion.

### **3.3.6 LA MUSICALIZACIÓN.**

Aquí tendremos que poner todas las opciones que se presente para la elección del fondo, efectos y otros aspectos musicalizados, pues es la parte más importante de la producción de un programa; este aspecto debe trabajarse con anticipación, porque será la identificación del mismo.

---

<sup>86</sup> Holgado: 1999, 95-96.

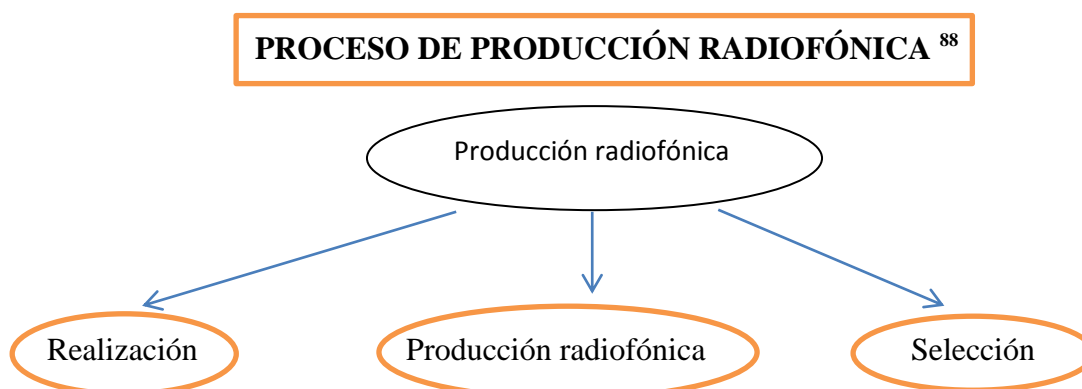
### 3.3.7 DETERMINAR LA FUNCIÓN DE LAS CORTINAS.

Cada cortina tiene su función específica, contextualizando el programa, tendrá que estar enrolada con el libreto; esto es para que no ocasionen problemas al oyente al recibir los mensajes.

### 3.3.8 LA SELECCIÓN MUSICAL: LO QUE DEBEMOS EVITAR.

Mario Kaplún, resalta algunos aspectos que debemos evitar al momento de seleccionar la música de nuestro programa:

Un ingrediente estético, emocional y afectivo debe estar siempre presente en la comunicación radiofónica si se la quiere eficaz lo que se quiere señalar es que un concepto, una idea, puede vehicularse mejor por radio si se la enmarca en una dinámica afectiva, cálida, vivencial, que establezca una comunicación personal con el oyente, y le haga sentir la emisión y no sólo percibirla intelectualmente. La auténtica comunicación radiofónica debe tener un componente afectivo además del componente conceptual; debe movilizar no sólo el estrato pensante del receptor, sino también su estrato emocional.<sup>87</sup>



El proceso de la producción, nace desde un objetivo de necesidad para realización de un audio o trabajo periodístico, por lo cual, deberá pasar por una selección, de lo más importante y sobre que se quiere transmitir, asumiendo posteriormente una ejecución a dicho proyecto para su presentación al aire y transmisión.

<sup>87</sup> Kaplún: 1978,72-74

<sup>88</sup> Emma Rodero Antòn: 2005, 296.



### 3.4 FACTORES NEGATIVOS DE LA PRODUCCIÓN.

Francisco de Anda y Ramos, en el libro: “La Radio Un gigante dormido”<sup>89</sup>; en cuanto a los principales aspectos negativos y problemáticos de la producción radiofónica cita a Hall Fisher, quien señala nueve circunstancias que exponemos a continuación:

- Falta de preparación: una de las características de la radio moderna es que, en general, la programación de las emisoras requiere de muy poca preparación, lo que genera muchas veces un exceso de confianza para la realización de un programa.
- Distracción: las interrupciones y las faltas de concentración las crean las visitas no programadas.
- Problemas técnicos: debe existir un programa integral de mantenimiento preventivo que evitará problemas técnicos.
- Equipo inadecuado: no hay que esperar hasta el último minuto para solucionar problemas, deben preverse con anticipación los requerimientos de equipo para no producir con deficiencias.
- Programas Inadecuados: Hay programas que tienen muchos años en el aire pero que no han perdido su vitalidad. Cuando un programa se “momifica” está irremediablemente condenado a salir de la programación.
- Personal Insuficiente: En una estación disquera, un solo operador controla toda la emisión. Hay que evaluar con toda claridad las necesidades de producción para emplear al personal adecuado.

#### 3.4.1 LAS POSIBILIDADES, LOS RECURSOS EN LA PRODUCCIÓN.

Como señalamos, existen limitaciones que se puede evidenciar en un medio de comunicación, pero también debemos señalar las acciones óptimas de trabajo, ante las diferentes necesidades que surgen en las labores cotidianas, entre ellas tenemos las siguientes:

**Poder de Sugestión.-** Es la compensación a la unisensorialidad, Mario Kaplún, señala que: “la radio es sugestión, lanzamos al aire el mensaje – dice uno de ellos- y el radio escucha echa a volar la imaginación”.<sup>90</sup>

<sup>89</sup> Fisher en Anda y Ramos, La radio un gigante dormido, (2011), 342-346.

<sup>90</sup> Kaplún: 1978, 59.



**Comunicación afectiva.-** Kaplún, asegura que “la psicología nos da un dato muy relevante: ese sentido auditivo al que llega la radio, es el más ligado a las vivencias afectivas del hombre”.<sup>91</sup>

De la misma manera Sigmund Freud, señala dos tipos de ideas que está ligado a la conciencia: “La una surge de está, y la otra esta desconecta de ella, se haya reprimida y es incapaz de concientizarse por sí misma. A la primera se denomina preconscious y a la segunda inconsciente”.<sup>92</sup>

**Empatía.-** Luis Ramiro Beltrán, conceptualiza a la empatía como:

La capacidad de proyectarnos nosotros mismo en la personalidad de los demás. La Empatía es algo tan importante en la comunicación humana, que no es riesgoso afirmar que la mayor parte de las fallas de comunicación se da por la desinteligencia, la falta de entendimiento; la incomunicación – provienen de fuentes (emisora) que no ha sabido ponerse en el papel de su destinatario.<sup>93</sup>

Podremos afirmar, que tendríamos una alternativa al no poseer imágenes que nos aclare la idea que se está queriendo dar a conocer, así lo recalca Sullivan: “En la educación a través de la radio, el oído es el único sentido que tendremos a nuestro alcance, éste debe ser impresionado por imágenes auditivas que constituyan a los demás sentidos”.<sup>94</sup>

**Relación de Identificación.-** En los diferentes programas, los oyentes tienen cierta afinación con locutores, artistas, etc., esto es por los mecanismo psíquicos que integran la identificación, por ello los mass media presentan modelos anti educativos.

De tal manera Kaplún, explica que existen dos formas de educar en radio:

---

<sup>91</sup> Kaplún: 1978, 61.

<sup>92</sup> Freud en Kaplún: 1978, 62.

<sup>93</sup> Beltrán en Kaplún: 1978, 64.

<sup>94</sup> Sullivan en Kaplún: 1978, 59.



(...) Una, decidiendo previamente que es lo que el oyente debe aprender, y otra, partiendo de lo que el oyente desea aprender, de lo que él siente como necesidad y como pregunta. El error en que suele caer la llamada radio educativa, es el de no sentirse identificado con ese maestro sabihondo y superior que, desde el pináculo de su saber, le dicta clases. En cambio, si el educador- comunicador es consciente de esta necesidad básica de toda comunicación colectiva y sabe canalizarla adecuadamente, ella puede actuar positivamente y hacer viable una comunicación educativa eficaz”.<sup>95</sup>

### 3.5 TERMINOLOGÍA DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

La radio durante muchos años ha mantenido un código muy propio; esto nos permite producir con mayor rapidez y eficacia el trabajo.

Para Francisco de Anda y Ramos<sup>96</sup>, las palabras y códigos más usados entre gente del medio son:

- Al aire: para indicar que se empieza a transmitir.
- Baja y sube: para indicar la intensidad de la voz, música o efecto.
- Corte: suspensión de la señal en vivo.
- Fade in, fade out: para solicitar la entrada o el desvanecimiento progresivo de la voz o de la música.
- Cross fade: para pedir la mezcla de dos o más sonidos.
- Cerrar o abrir micro: cuando se solicita que un micrófono entre directamente en primer plano, o que salga de la misma manera.
- Cue: la instrucción debe esperar una seña o indicación para llevarse a cabo.
- Sostener: cuando requerimos que un sonido, efecto o música se mantenga durante cierto tiempo a un volumen determinado.
- A fondo: cuando bañamos una escena con un efecto o música, sin interferir con la voz, pero que nos puede servir de ambiente.

---

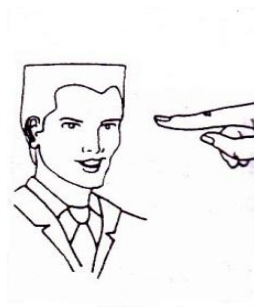
<sup>95</sup> Kaplún: 1978, 70-71.

<sup>96</sup> Señales manuales (en su mayoría de Eary Wynn)

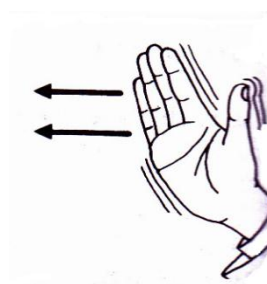


- Primer plano o PP: cuando el sonido equivale al plano normal, en donde el escucha se encuentra justo frente a la acción.
- Segundo plano o 2P: cuando requerimos indicar apenas lejanía con un sonido
- Ambiente. Un sonido lejano pero claro y entendible.

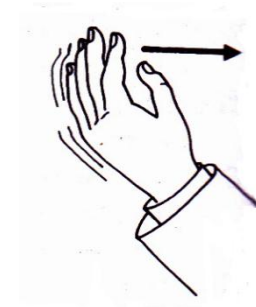
El productor apunta directamente a una persona, empieza a realizar tu trabajo.



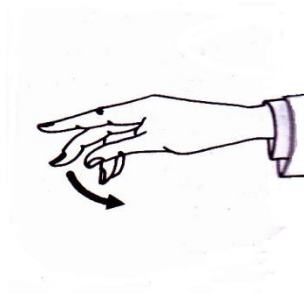
El productor mueve la mano como empujando a la persona que habla en el micrófono: retirar un poco más el micrófono.



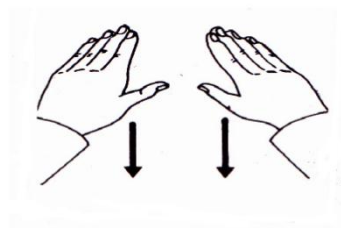
El productor mueve la mano hacia el que habla en el micrófono como jalándolo: acercarse un poco más.



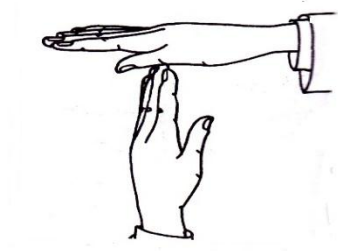
El productor mueve los dedos como si los tronara: más rápido; acelera el ritmo.



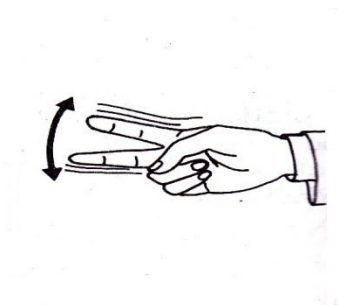
El productor mueve ambas manos con lentitud, de arriba hacia abajo: más despacio, baja el ritmo



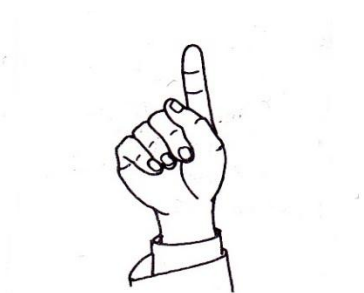
El productor coloca las manos haciendo una "T": se acaba el tiempo termina.



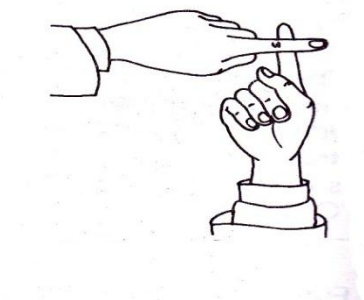
El productor emula unas tijeras, empleando los dedos: corta, termina inmediatamente



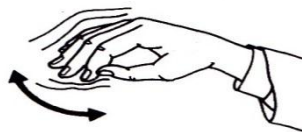
El productor coloca el dedo índice hacia arriba: queda un minuto; termina en un minuto



El productor cruza el dedo índice derecho en posición vertical sobre el dedo índice izquierdo en posición horizontal: queda medio minuto.



El productor mueve los dedos de la mano haciendo el ademán de adiós: concluye, termina y despide el programa.



### 3.6 PROCESO DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PARA DISEÑO DE: NOTA PERIODÍSTICA, INFORME PERIODÍSTICO.

Para Carl Hausman, y otros, la producción de noticias es:

Una parte crítica del trabajo hecho en una estación de radio típica en FM o AM. En primer lugar, las noticias forman una parte visible de la calidad de la estación; así los valores de producción resaltan evidentemente. Debido a que las noticias son puestas al aire con cierta frecuencia en la mayoría de estaciones de radio, particularmente en la banda de AM, el productor de noticias es requerido para efectuar la producción de noticias y para cambiar los valores de producción a un paso más rápido.<sup>97</sup>

Así mismo Judith Gerbaldo, en el libro “Lenguajes de la Radio”, editado por Daniel Cohen, y Marta Pereyra, presenta algunos pasos para diseñar notas e informes periodísticos; entre los que se puede citar los siguientes:

- A partir del perfil de la radio y de los objetivos del programa se deberá definir la agenda de temas priorizados. Temas, miradas que la radio y el programa quieren instalar, difundir, visibilizar e informar, o que son instalados por los medios masivos.
- Búsqueda de información sobre el tema, situación o noticia seleccionada:
  - Consulta a diversas fuentes: publicaciones graficas o en audio, páginas de internet, personas, lectura de datos, etc.

---

<sup>97</sup> Hausman: 2011, 236.





- Definir referentes e informaciones claves sobre el tema seleccionado.
- Prever varias alternativas, algunos pueden no concretarse porque no se encuentran, están de viaje o no quieren hacer declaraciones.
- Contactar a la persona para la entrevista, ensayar varios caminos:
  - Ubicarla.- Explicar los motivos de la nota. Convencerla sobre lo importante que es su testimonio o declaraciones.
  - Acordar día y hora para la realización de la entrevista.
- Preparar la entrevista: saber que preguntar, conocer los nudos centrales sobre los que queremos que hable o responda la persona entrevistada.
- Agendar las consultas claves o preguntas que más interesen al oyente.
- Realización de la entrevista.

Si la entrevista es grabada, hay que editar y sacar al aire los tramos o declaraciones más importantes, complementando antes o después con el resto de la información valiosa; esto se denomina informe ampliado con audio. Para que sea profesional, además, debe ser: preciso, concreto, sintético con datos fidedignos a partir de registro y anotaciones periodísticas. Pereyra, nos da algunas sugerencias: “el copete tiene que ser sintético y creativo. Evitar repeticiones por ejemplo: decir la pregunta en el copete y reiterarla en la grabación o evitar repetir textualmente lo que dice la persona entrevistada y luego poner al aire lo mismo que ya se dijo en el copete”.<sup>98</sup>

---

<sup>98</sup> Cohen, Pereyra: 2010, 96-98.



Dentro de este marco exponemos a continuación los siguientes pasos para la estructuración de las noticias radiofónicas, según Andrea Holgado:

Entrada: título de la noticia que puede ser

- 1.) la clásica que cuenta el hecho,
- 2.) con una Interrogante,
- 3.) con una admiración,
- 4.) con una frase ingeniosa,
- 5.) con una cita directa,
- 6.) con un sonido.

El Cuerpo: Es donde se responden las otras preguntas que arman la noticia.

El Cierre: la mayoría de las noticias no tienen cierre, pues el gancho será el comienzo de las noticias siguientes. De todas maneras, según el estilo del noticiero se le puede dar a la noticia un cierre ingenioso como el encabezamiento.<sup>99</sup>

Para José Rivera y Tito Costales cualquier proyecto sonoro que se realiza para medios de comunicación y más si es enfocado a informar debe:

Revisar sus fuentes y realizar un examen del fundamento en relación con las pretensiones de valor noticioso que ellos contienen. El plagio no es honrado ni aceptable, y todo periodista debe presentar las distintas caras de la noticia y procurar que, en donde haya más de una interpretación sobre los hechos, aparezcan todas las que sean relevantes.<sup>100</sup>

Por otro lado José Ignacio López Vigil, concuerda con los planteamientos de Rivera, y Costales:

La variedad de fuentes a las que acudiremos por propia iniciativa, nos garantizará una selección de información más plural y balanceada. Si sólo cubrimos las fuentes oficiales o si por una falsa alternabilidad descuidamos éstas y nos concentramos en las fuentes populares o en las de oposición, nos volveríamos sectarios; es decir, estaríamos trabajando para un sólo sector. Y la independencia periodística nos exige vigilarlos todos.<sup>101</sup>

### 3.7 LA INVESTIGACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN.

Previo al trabajo auditivo que se emitirá en vivo por la radio, existe un complejo proceso de concreción y estructuración del mensaje, para ello partiremos del conocimiento del tema a abordar, al que llegaremos a través de una labor de investigación.

---

<sup>99</sup> Holgado: 2011, 64.

<sup>100</sup> Rivera y Costales: 2012, 166.

<sup>101</sup> López: 2005, 147.



Susana Sanguinetti, citada en el libro “Lenguajes de la Radio” de Daniel Cohen, y Marta Pereyra, sostienen que es recomendable recorrer trayectos diferenciados de investigación, y cuyas etapas son las que a continuación indicamos.

Investigación Periodística: Será darle oportunidad a los hechos a mostrarse desde una pluralidad de ángulos y enfoques a través de distintas fuentes que garanticen su conocimiento. No fragmenta la realidad desde un sector.

Investigación de la situación de comunicación: Conocimientos de sus elementos: receptor, emisor, contexto de emisión-recepción. A través de esta investigación el productor deberá conocer al grupo receptor, sus condiciones socio-económicas, culturales, edad, sexo, ocupación. Su objetivo es lograr producir un programa que responda a lo que el receptor espera, necesita o anhela.

Investigación sobre el lenguaje: Indaga sobre sentidos transmitidos por el sonido no articulado, sobre inflexiones de tonos y timbres de la voz en la oralidad para lograr calidad dramática en la expresión del texto.

Investigación de la producción radiofónica: Recurrir al análisis del discurso buscando respuestas sobre receptores previstos, huellas del emisor que brindan cuenta de sus objetivos o concreción de estilos.

Investigación de la programación de emisoras: Plantear sintéticamente la posibilidad del análisis de contenido global de la emisión y su estructuración. Análisis detallado cuantitativa y cualitativamente programa por programa para el conocimiento matemático de la totalidad de programación, y de los posibles objetivos del emisor e ideología de la emisora.

Investigación en el proceso de producción: Realizar distintos cortes de análisis en el proceso de producción para enfocar, las acciones recurrentes, la rutina y todo aquel accionar que nos hable de casos excepcionales, se podría luego relacionar la investigación con la producción lograda, los resultados esperados y los obtenidos. La mira del investigador, en este caso, estaría apuntada a la relación entre esfuerzo y logro.<sup>102</sup>

### 3.8 EL GUION RADIOFÓNICO CREATIVO.

Es importante señalar que muchos estarán con interrogantes de cómo realizar un programa radial, que contenga diferentes aspectos por los cuáles el receptor se mantenga en sintonía.

---

<sup>102</sup> Sanguinetti en Cohen, y Pereyra: 2010, 99-111.



Marco Vinicio Escalante, señala que como inicio: “debemos diferenciar entre guion y libreto; guion es una pauta general de contenidos; libreto, detalles para la producción de cada uno de los programas”.<sup>103</sup>

Aclarado dichos términos, el punto de partida surgirá en la elaboración del guion, es decir en la estructuración del programa que podrá ser derivado con interés educativo, social, cultural y de entretenimiento.

Por otro lado, Mario Kaplún, motiva la existencia de dos formatos que el productor puede interesarse tales como:

Formato estático.- Es la más utilizada en emisiones educativas radiofónicas, pues mantiene su línea de ser monólogo, esto significa, que el locutor mantendrá una explicación centrada en lo investigado, sin la participación al aire de los oyentes, esto puede tornarse aburrido.

Formato Dinámico.- Es la más recomendada al momento de realizar programas educativos, por tener el contacto directo con el locutor – oyente y viceversa. Recibe el receptor la información necesaria para poder generar reacción, esto significa que la programación no será monótona.<sup>104</sup>

### 3.8.1 LA ELABORACIÓN DEL GUION: PRINCIPIOS BÁSICOS.

Toda programación radial no se improvisa de un momento al otro, lo contrario son producidas a base de un texto, escrito más conocido como guion de radio; al no dar este paso su estilo derivaría en un total fracaso.

Si no escribimos el guion, prácticamente no esclarecemos los tiempos que a la postre serán nuestras pautas dentro del programa; en un medio radial donde el tiempo es muy corto, y limitado, al no estructurar adecuadamente la producción, se puede caer en no cumplir con lo deseado, llegando al final de un programa sin haber cumplido con lo propuesto.

---

<sup>103</sup> Escalante: 1986, 122.

<sup>104</sup> Kaplún: 1978, 74-75.



### 3.8.2 EL ESQUEMA PREVIO.

Para Mario Kaplún, el esquema tentativo para establecer guiones de radio, debería contener:

La documentación.- todo programa radiofónico tenemos que realizar una investigación, documentarnos, leer libros, artículos que contengan información sobre tema a tratarse, reunir datos que podamos realizar una sinopsis, al momento de la elaboración del guion.

La selección de los contenidos.- Después de haber reunido toda la información obtenida previa a la investigación, ahora empieza a la selección de la información que nos va a servir al momento de realizar nuestro guion. Hay que explicar: la idea central, el mensaje que deseamos dar a conocer, pero los problemas surgen al momento que no se tiene claro la idea central que comunicamos.

La elaboración del esquema.- Al momento de escribir un guion para radio se debe tomar en cuenta el tiempo, que es uno de los mayores problemas, no se puede pasar ni un minuto, asigne a cada personaje su minutaje, así al finalizar la elaboración suma el total de los minutos para ver su tiempo real.<sup>105</sup>

### 3.8.3 COMO SE DIAGRAMA UN GUIÓN.

Osorio, citado por Mario Kaplún, señala que la gran importancia de la función del libretista es más que hacer un texto, deberá consistir en realizar una: “estructura auditiva codificada por escrito; es el proyecto de la emisión sonora”.<sup>106</sup>

Por otro lado Beltrán, también citado por Kaplún, argumenta que el libretista es “la pauta del mensaje sonoro”.<sup>107</sup>

Es decir, todo debe ir encajando muy bien en el guion radiofónico, el texto hablado, los efectos y el fondo musical, debe ir indicando cada proceso para que se pueda escuchar sin dificultades, así se podrá realizar un buen guion para buenos programas.

---

<sup>105</sup> Kaplún: 1978, 277-279.

<sup>106</sup> Osorio en Kaplún: 1978, 290.

<sup>107</sup> Beltrán en Kaplún: 1978, 290.



### 3.8.4 NORMAS PARA EL DIAGRAMADO.

Para mejorar nuestra elaboración de guiones radiofónicos, Mario Kaplún, expone que: “el libretista forma dos columnas, a la izquierda una columna pequeña de doce espacios, ahí se los ubica los nombres de los personajes, locutores en mayúscula, y la columna derecha es la principal ahí va lo que se tiene que decir”.<sup>108</sup>

Ejemplificamos tomando parte del texto propio “Producción de Programas de Radio” de Mario Kaplún<sup>109</sup>:

LOURDES                    ¿Y Joshep, Juan?

JUAN                        Lourdes, penosamente, no vino.

DIANA                    ¿Hoy tampoco?

JUAN                        Luis, el hijo pequeño, está con mucha tos y gripe y no se lo podía dejar solo.

LOURDES                    Qué lástima, ya van tres reuniones que falta.

JUAN                        Él lo sintió muchísimo, se quedó muy triste.

Cuando se va a indicar una inclusión musical, se pone en la columna izquierda la palabra control y a la derecha la explicación de que canción se utilizará; todo esto en mayúsculas. Ejemplo:

CONTROL CORTINA MUSICAL:                    “SOLO DIOS SABRA” GIGANTES DEL VALLENATO.

---

<sup>108</sup> Kaplún: 1978, 291.

<sup>109</sup> Kaplún: 1978: 291-294.



Los sonidos se indican de la misma manera: en mayúscula y subrayado, estos pueden ser grabados u operados en el control master. Ejemplo:

CONTROL VIENTO FUERTE, HURACANADO

Cuando se trata de los efectos de sonido, se tendrá que colocar en la columna izquierda efecto o estudio; todo esto en mayúsculas y subrayado. Ejemplo:

EFEECTO: PASOS RAPIDOS (DE 1º.

PLANO A 2do./ ABRE PUERTA)

En el texto paralelo, cuando sea necesario se coloca: irritado, nervioso, ansioso, alegre; allí se coloca cómo se desea la postura del locutor, siempre va entre paréntesis y con mayúsculas.

GONZALES (EN PRIMER PLANO A Pero veamos esas plantas como están.

LUCHO)

EFFECTOS PASOS EN LA TIERRA,

DE 1º. A 2º. PLANO

GONZALES (AHORA EN 2º. PLANO: Con el corazón en la mano: ¿Cuánto hace  
CON TONO SUAVE que no cura esas plantas? (AMISTOSO) Pero  
RECONVENCION) la verdad, ¿eh?

Cuando se desea que exista un cambio de entonación dentro del mismo diálogo, texto, emplearemos la palabra transición o la abreviatura (Trans.), todo en mayúscula. Ejemplo:

LUISA Por favor, basta. No hablemos más. Ya estoy cansada de eso.



¿Entiende? (TRANS.) ¿Vino alguien esta mañana?

También se puede marcar las pausas necesarias en el guion radiofónico, en medio del mismo se coloca en mayúsculas y paréntesis la palabra pausa y si desea que sea breve, se escribe pausita.

Cuando el guion está terminado, para distribuirlo a los personajes, hay que numerar las líneas para evitar confusiones al momento de la grabación, esta numeración estará en el costado izquierdo de cada hoja. Ejemplo:

282	MENDEZ	Pero es urgente
283	VICENTE	Urgente o no urgente, yo no firmo.
284	MENDEZ	Pero... (TRANS.) Está bien, padre. Adiós.
285	VICENTE	Buenas noches.
286	<u>EFEECTO VIENTO</u>	<u>PASOS ALEJANDOSE</u>
287	DA. CLARA (TRAS UNA BREVE PAUSA)	Pobre Méndez. Debe haberse ido muy corrido y triste.

### 3.9 EL LIBRETO RADIOFÓNICO.

Para Marco Vinicio Escalante, el libreto radiofónico es: “el indicativo detallado de lo que le corresponde hacer a cada miembro de un equipo de producción... Prácticamente es un registro impreso de los movimientos de una producción”.<sup>110</sup>

El mismo autor expone la vinculación de otros aspectos elementales en la elaboración de libretos para noticieros; eventualmente encontramos más de un

---

<sup>110</sup> Escalante; 1986: 116.





locutor cuya conveniencia parte desde la alternabilidad de sus voces para evitar la monotonía, además los reporteros y editores disponen de grabaciones que deben ser intercaladas en el noticiario.

### 3.9.1 EL LENGUAJE RADIOFÓNICO.

En el mundo radiofónico, es necesaria la aplicación de un código que pueda ser interpretado por el receptor. Dentro de la comunicación existe factores importantes como son: una codificación, y una decodificación.

Cuando hacemos referencia a la codificación, estamos entendiendo que damos a conocer nuestras ideas con palabras que conllevan sentido, mediante el uso de los sonidos. Todo esto podrá ser codificado por una serie de signos, palabras, que expresa una idea, donde agrupamos o codificamos el mensaje.

Por otro lado, la decodificación hace que el receptor reciba el mensaje e interprete todos los signos, palabras, letras o sonidos que tiene un contenido; lo entiende y razona a su manera. Por ello descifra el mensaje que se ha logrado emitir.

José Ignacio López Vigil, expone que “el Lenguaje Verbal no es, ni mucho menos, el único código que empleamos los humanos para comunicarnos. Nuestras relaciones están repletas de otros signos que pueden resultar incluso más audaces y expresivos”.<sup>111</sup>

Para Marco Polo Torres, quienes desean internarse en este mundo de radiodifusión deben aceptar, como primera premisa, que: “van a aprender a manejar un nuevo lenguaje”.<sup>112</sup> Para ello Mario Kaplún establece: “Las palabras

---

<sup>111</sup> López: 2005; 31.

<sup>112</sup> Torres V: 1985; 13.



de un idioma, son signos convencionales sobre los que no hemos puesto de acuerdo para asignarlas un determinado significado, tal como las señales del código telegráfico representan determinadas letras”.<sup>113</sup>

Hay que recalcar que las letras o signos, no tienen ningún sentido por sí solos, es la tarea de la sociedad darle significado e interpretación. Cuando el destinatario desconoce un código, le va a ser complicado conocer lo que expresa, de tal manera, no podrá interpreta, decodificar, descifrar y no entenderá el mensaje.

Ahora bien Juan José Perona Páez, atribuye cuatro componentes dentro del lenguaje radiofónico como son: “la Voz (o el lenguaje de los humanos), la música (o el lenguaje de las sensaciones), los efectos sonoros (o el lenguaje de las cosas) y el silencio, un auténtico sistema de signos”.<sup>114</sup>

Así pues Susana Herrera en un trabajo sobre el lenguaje radiofónica cita a Martínez Costa y Díez Unzueta, quienes describen cada componente de este lenguaje:

La palabra: sirve para trasladar conceptos e ideas pero también para generar imágenes auditivas, describir a la persona que hay en cada una de las voces.

La música: hay dos formas básicas de entender la música en la radio: como contenido programático y como elemento del lenguaje de la radio: sirve para ambientar, describir, narrar y expresar sensaciones y emociones que estimulan la imaginación del oyente para que pueda recrear imágenes mentales.

El silencio. Como vacío sonoro gramatical para marcar fin de frase, fin de expresión, también lo podemos definir como ausencia voluntaria de sonidos para sugerir o marcar tensión o reflexión, o simplemente se lo puede interpretar como un recurso teórico.<sup>115</sup>

---

<sup>113</sup> Kaplún: 1978, 80.

<sup>114</sup> Perona: 2006, 2.

<sup>115</sup> Martínez y Díez en Herrera: 2005, 48-66.



## **ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO<sup>116</sup>**

**LA PALABRA:** Contenido, forma y oportunidad.

**LA MÚSICA :** para puntuación

Para ambientación

Para recreación

**EFFECTOS SONOROS:** De ambientación

Emocionales

De ilustración o graficación

**EL SILENCIO:** El recurso más difícil de manejar

### **3.9.2 EL LENGUAJE: LA “LEY DEL MENOR ESFUERZO”.**

Un grave error en los medios de comunicación es emplear un código verbal diferente al receptor y esto complica la decodificación e interpretación del mensaje. Hay que tener mucho cuidado cuando se habla en radio y no se aplica un lenguaje correcto, porque puede provocar la pérdida de información.

No debemos complicar al receptor en el momento de comunicar un mensaje, primero debemos conocer a qué grupo de oyentes estamos dirigiéndonos, para así poder expresar las ideas con términos claros y simples; por ejemplo, si un programa radial es educativo púes tendrá que intervenir palabras, ideas, conceptos nuevos, para que el oyente enriquezca su lenguaje y conocimientos.

---

<sup>116</sup> Cuadro de Escalante; 1986: 72.



En los seres humanos existe la tendencia hacia el menor esfuerzo para conseguir las cosas, si existe mayor esfuerzo para adquirir algo desistimos de él, se prefiere algo fácil y sencillo.

En el mundo radiofónico es lo mismo, como Kaplún, señala: “cuando un programa de radio es denso, demasiado largo, está lleno de palabras que son desconocidas o poco familiares y de frases extensas difíciles de seguir, o presenta un mensaje en forma desorganizada, lo normal es que tendremos a no atenderlo: nos exige demasiado esfuerzo”.<sup>117</sup>

El Lenguaje educativo y lenguaje literario para Manuela Beltrán es crítica, por la manera de relacionar y confundir entre educación y literatura. Asegura que: “no debemos estar preocupados por la belleza de un texto, sino la estructura, y funcionalidad del mismo; hay que tener en cuenta que esto no significa que vamos hablar o escribir feo, sino la esencia del mensaje será educativo formativo”.<sup>118</sup>

Por otro lado, un código experiencial es importante también relacionar nuestras experiencias, con una comunicación verbal o semántica. Los científicos aseveran que el hombre aprende mediante las experiencias, esto significa que por más que ponga empeño por aprender algo, siempre tendrá que estar ligada a sus experiencias vividas.

---

<sup>117</sup> Kaplún: 1978, 84.

<sup>118</sup> /Beltrán en Kaplún: 1978, 86.



De acuerdo a ello Beltrán, sostiene que “el aprendizaje de una cosa nueva se produce cuando ésta suscita o evoca en el hombre de experiencias previas conectables con ella. Aprendamos por empalme de experiencias”.<sup>119</sup>

Todo esto conlleva que el locutor es el timón del educador, pues Kaplún considera: “la función del educador-comunicador no consiste solo en transmitir nuevos conocimientos o nuevas experiencias, sino también presentar las experiencias que éste ya está viviendo y darle instrumentos para decodificarlos”.<sup>120</sup>

### 3.10 LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS.

Para tener un programa radial se debe tener aspectos importantes, que contribuyan para la elaboración de un buen producto, por tal motivo la emisora ha evolucionado en la determinación y estructuración de su programación, de acuerdo a la política de la gerencia, luego de un análisis del mercado y de los clientes.

Así entonces Marco Polo en el texto “Locución radiofónica”<sup>121</sup>, describe algunos formatos de las radios que exponemos a continuación:

Formato Variado: la programación es variada, normalmente se concreta en los públicos adultos de 20 a 50 años y los sitúa en el centro del espectro socioeconómico.

Formato preponderante “Hablado”: Se puede clasificar en dos géneros: musicales y hablados. Los musicales son los que mantienen un gran

---

<sup>119</sup> Beltrán en Kaplún: 1978,87.

<sup>120</sup> Kaplún: 1978, 89.

<sup>121</sup> Polo: 1976,45-51.



porcentaje de música en un programa y, en ella, transmiten su mensaje, no da espacios mayores al diálogo.

Los hablados son los que predominan con información investigada, esto varía dependiendo la estructuración de un programa radial, hay formas de realizar programas radiales entre ellos están: A) Forma monólogo, es el más corriente la intervención de voces es una, la producción no es difícil, pero conlleva a ser monótonos y limitados. B) Forma diálogo, implica una conversación entre dos o tres personas, son más atractivos por la variedad de comentarios, conocimientos y posiciones. C) Forma dramatizados, aquí emplean varias voces con una estructura definida, desarrolla una historia que capta la atención del oyente.

Hay una variedad de formatos mediante los cuales podemos guiarnos al momento de realizar una producción radiofónica:

### **3.10.1 La Charla.**

Expositiva.- Habla por radio, con el objetivo de explicar conocimientos, consejos.

Creativa.- Formato educativo, dar información con cierta manera creativa para llegar a los receptores de buena manera.

Testimonial.- Expresa en primera persona de las experiencias o de algún hecho vivido, y da a conocer su experiencia.

### **3.10.2 El noticiero: la noticia.**

Este es un servicio que las radios mantienen con importancia, la información se maneja investigada y contrastada, expresada en cortos tiempos, sin detalles y



sin comentarios. El informativo se arma con un conjunto de noticias relevantes, necesidades, solicitudes de los ciudadanos, etc.

### **3.10.3 La nota, la crónica.**

Es el desarrollo de una información, dentro de un limitado tiempo, se expresa un amplio antecedente, se reúne la información de las fuentes de investigación, no se visualiza comentarios, ni opiniones para que el receptor pueda obtener la información y pueda sacar elementos de juicios.

### **3.10.4 El comentario.**

Se enrola un análisis profundo acerca de un tema de investigación, no solo se entrega información, sino también hace que el oyente comience a formar criterios claros, donde la información gira en torno a la opinión del emisor y receptor.

### **3.10.5 El diálogo.**

Encontramos dos categorías: el diálogo didáctico que es más dinámico, es rápido sin necesidad de un lenguaje técnico. Mientras que el segundo es el radio consultorio, es un programa remitido a las necesidades y consultas de los oyentes.

### **3.10.6.- La entrevista.**

Es un bloque de preguntas o de respuestas que se realiza con previa anticipación, los cuestionamientos pueden varias dependiendo de la entrevista, el entrevistador es el productor, locutor o periodista de la radio quien formula las preguntas mientras el entrevistado, ajeno al medio de comunicación, es



quien responde las preguntas y ayuda con información de algún tema de investigación.

### **3.10.7 La entrevista indagatoria.**

Para esta entrevista se tiene que estar bien preparado, el periodista demuestra seguridad, conocimiento de los temas que está indagando, las preguntas son polémicas, directas y los entrevistados se someten sin ninguna limitación.

### **3.10.8 El radio periódico.**

El primer fundador de un radio periódico es el escritor guatemalteco Miguel Ángel Asturias, esto consiste en un programa radial más conocido como diario oral que contiene información en diferentes secciones: internacionales, nacionales, locales; no solo maneja información de estas categorías sino que crónicas, opiniones, etc.

### **3.10.9 La radio revista.**

Es una variedad de secciones manejando la línea de una revista, se incluye notas de moda, actualidad, horóscopo, temas de interés colectivo, que contenga participación de los oyentes.

### **3.10.10 Mesas redondas.**

Son programas con la participación de dos o más panelistas, con el objetivo de analizar un problema que afecta a una sociedad. Dentro de este formato encontramos: a) mesa redonda propiamente dicha, es decir con la participación de los panelistas que aportan con diferentes puntos de vista, conocimientos sobre un determinado tema. b) debate, es la discusión de un tema, donde entra





la controversia y existen diferentes posiciones; cada uno de los participantes defenderá su postura con discusión.

### **3.10.11 Radio reportaje.**

Es una monografía radiofónica; es decir, se ve reflejado un documental extenso de cualquier información, tiene que llamar la atención al oyente para que su contenido no sea aburrido. Se maneja dos aspectos para la elaboración del radio reportaje: A) El reportaje en base a documentos vivos hechos actuales o de momento. B) En base a reconstrucciones, en momentos pasados.

### **3.10.12 Radio drama.**

Aquí se puede manejar historias reales o ficticias, es el que está ligado a la vida real, los personajes de la historia se animan y hablan por sí sola, el oyente se engancha con los personajes y llama la atención del mismo.

Podemos encontrar tres tipos de programas dentro de la radio drama:

-Unitario es la acción inicia y termina en la única emisión del radio drama.

-Seriado se desarrolla en diferentes capítulos, con diferentes tramas.

-Radio novela tiene muchos capítulos, con trama continuo; es necesario escucharla íntegra sin perderse ni un capítulo para poder entenderla.



## CAPÍTULO 4

### 4 ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA.

Este capítulo analizará el trabajo de producción radiofónica de las radios: “Ondas Azuayas” 1110 am y “SonoOnda” 960 am.

En cumplimiento con los objetivos planteados al inicio de la investigación, nos centramos en investigar la producción técnica, y la coordinación periodística de los espacios informativos, descripción de las funciones de producción, clasificación de informativos, acorde a sus fines y caracterización de sus principales temáticas a más de efectuar una comparación de sus programaciones, esto durante el periodo febrero y diciembre 2014.

Así, pues, hemos desarrollado un instrumento básico de indagación como es la realización de entrevistas semi-estructuradas; esta técnica del método descriptivo cuanti-cualitativo nos proporcionará mayor información sobre los temas investigados, con las personas encargadas en el área de producción técnica y coordinación periodística de los informativos en “Ondas Azuayas y “SonoOnda”; para ello, abordamos en primera instancia su perfil profesional.

#### 4.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

En este trabajo se aplicó las entrevistas semi- estructuradas dirigidas a un grupo especializado de ocho personas que laboran dentro del campo de la producción técnica y coordinación periodística tanto en “Ondas Azuayas y SonoOnda”. Esto nos permitió conocer a profundidad las tareas, funciones, métodos y estructuras programáticas que se desempeñan en cada medio de comunicación.



Empecemos describiendo brevemente el perfil profesional de cada uno de los personajes consultados en este análisis:

En “Ondas Azuayas” encontramos personal preparado al frente de las diferentes áreas; la coordinación periodística de los informativos está al frente el señor Alfredo Lazo, de 25 años de edad, egresado de la Universidad de Cuenca, estudió en la Escuela de Comunicación Social, labora en el medio por un periodo de tres años; se inició en el 2012 como reportero y copresentador de los informativos: “Radio Noticias” primera y segunda emisión.

Además, dentro del mismo medio, la coordinación periodística y preparación de noticias se encuentra también el doctor Luis Vásconez, quien es uno de los presentadores del informativo “Minuto a Minuto” durante los dos últimos años; de profesión Periodista y abogado de la Universidad Católica de Cuenca, tiene catorce años de labores en “Ondas Azuayas” donde empezó como coordinador general de noticias y productor.

Así mismo el señor Eduardo Brazales, trabaja desde hace trece años, como productor radial en “Ondas Azuayas” y su radio aliada “Antena Uno 90.5 F.M.”; es bachiller, se considera un comunicador empírico, es quien se encarga también del manejo, pauta, realización de cuñas y publicidad dentro del medio, además de las ediciones de los informativos para la web. Es controlador de los programas en vivo y automatiza las computadoras en la emisora.

Por otro lado está el señor Vinicio Vega, productor musical y controlador de “Ondas Azuayas”, es uno de los trabajadores más antiguos dentro de la radio; su profesión es Locutor, tiene 26 años brindando su experiencia a la emisora y su función es de presentador, controlador de informativos y programador



musical, dirige un programa que se llama América Latina y su música, con temas exclusivos y seleccionados de acorde a la línea del medio.

Mientras que en radio “SonoOnda” encontramos al licenciado Juan Carlos Espinoza, de 27 años de edad, coordinador, presentador y reportero del Informativo 960; está vinculado en este medio de comunicación desde el 2010 hasta la actualidad, hoy es el presentador del Informativo 960 en su primera emisión.

Anteriormente estuvo el señor Fredy Guamaní, ex coordinador general de “SonoOnda”, 37 años de edad, llegó en el 2010 a la radio, fue director de noticias, productor y director de programación hasta el 2014 fecha en la que se desvinculo del medio.

Actualmente en la parte de producción y programación está encargado el licenciado Fausto Paute, 45 años de edad; estudió en la Universidad de Cuenca, ha entregado más de quince años a la radiodifusión local. Ingresó a “SonoOnda” en 1999, conocedor de las debilidades y virtudes que posee la emisora; años anteriores fue director general, presentador y programador del medio.

Simultáneamente en el área de trabajo se desempeña el señor Ramiro Lojano, de 32 años de edad, egresado de Comunicación Social de la Universidad Católica de Cuenca; es productor y programador de “SonoOnda”, radio a la que llegó en el año 2012 para brindar su aporte en la parte técnica y locución del programa “Folklor de Nuestra Tierra”.



Es necesario recordar que radio “Ondas Azuayas” lleva 67 años de estar al aire ininterrumpidamente; es la emisora pionera de la ciudad de Cuenca, posee una cobertura en toda la zona Austral, llegando a Loja y parte de Zamora. Es un medio de carácter independiente comercial, cuyo principio ético se constituye en tres valores: “verdad, independencia y responsabilidad”.<sup>122</sup>

Para Alfredo Lazo, coordinador de noticias de la emisora, la línea editorial de “Ondas Azuayas” es independiente: “ya que se maneja con su propia agenda, sus propias fuentes y sus propios espacios; cuenta con una variada programación que no sólo se centra en la línea periodística, lo que permite acercarse más a la colectividad”.<sup>123</sup>

Por su parte Luis Vásconez, considera que “Ondas Azuayas” es uno de los pocos medios que se acerca al ideal de la radiodifusión: “posee más de la mitad de la programación con producción propia hablada y local; es decir, sus programas son en vivo y son generadores de opinión en la ciudadanía cuencana”.<sup>124</sup>

Mientras tanto radio “SonoOnda”, es un medio de índole independiente comunitario dirigido por miembros de la “UNASAY”<sup>125</sup>; tiene 26 años continuos de emisiones al aire y cubre la provincia del Azuay, Cañar y Morona Santiago. La emisora está dirigida a todo el territorio plurinacional e intercultural de la región Austral: “Su programación está orientada hacia los indígenas y

---

<sup>122</sup> Código Deontológico de radio Ondas Azuayas, 2015; 3, artículo 10.

<sup>123</sup> Alfredo Lazo, Coordinador de noticias en “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 06, de agosto, 2015.

<sup>124</sup> Luis Vásconez, presentador de noticias “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 10 de agosto, 2015.

<sup>125</sup> UNASAY es una Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Azuay.



campesinos de las distintas parroquias del Azuay, sin dejar de brindar sus servicios a los barrios de la zona urbana”.<sup>126</sup>

Fausto Paute, afirma que la radio brinda un mensaje positivo para “formular soluciones a los problemas y no solamente identificarlos. De la misma manera, se promocionan valores familiares con un ambiente de confianza y respeto trabajando con el conocimiento de la verdad y su expresión en todas las disciplinas de la vida”.<sup>127</sup>

Ramiro Lojano, indica que el objetivo de la emisora se orienta a:

Entretener, informar, y educar, cuyos roles se vuelven pilares fundamentales al momento de realizar el trabajo cotidiano”. Además se debe tener en consideración otras características básicas de la radiodifusión como: “la creatividad, y la imaginación”, que ayuda a construir una radio activa e interactiva.<sup>128</sup>

En relación a los principales objetivos debemos decir que radio “Ondas Azuayas”, busca promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo: “contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad ciudadana, además sirve de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales, personas particulares, hagan de los poderes públicos y privados”.<sup>129</sup> Por último, busca sembrar la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos proponiendo una “educomunicación”.<sup>130</sup>

No obstante radio “SonoOnda”, a través de su objetivos persigue mantener la sociedad informada con veracidad frente a los hechos noticiosos del país;

<sup>126</sup> Código Deontológico de radio “SonoOnda”, 2015; 1.

<sup>127</sup> Fausto Paute, programador musical de “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 26, Agosto, 2015.

<sup>128</sup> Ramiro Lojano, Locutor y programador de “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca 02, septiembre, 2015.

<sup>129</sup> Código Deontológico de radio “Ondas Azuayas”, 2015; 2, artículo 10.

<sup>130</sup> Educomunicación: “podría definirse como una educación CON/PARA/ En la comunicación”. Mata en Jiménez y García, La Educomunicación: una estrategia para contribuir a la formación integral de los estudiantes, (:2010), 2 - 3.



busca promover espacios para que representantes del sector público y privado den a conocer a la ciudadanía sus proyectos, avances y logros institucionales “resaltando la identidad y cultura nacional; de ello, se pretende difundir contenidos que sean útiles y prácticos, que favorezcan a la audiencia para mejorar de manera integral su estilo de vida”.<sup>131</sup>

#### **4.2 PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PARA INFORMATIVOS: LA AGENDA TEMÁTICA Y LA COORDINACIÓN PERIODÍSTICA.**

Encontrar una diferenciación entre producción técnica, y coordinación periodística para la elaboración de informativos en las emisoras: “Ondas Azuayas” y “SonoOnda” de la ciudad de Cuenca, involucra e introduce formas de trabajos diferentes e independiente; durante los últimos años, el trabajo radiofónico ha cambiado y se puede ver con claridad la necesidad de manejar una agenda temática individual establecida con un proceso de construcción de la noticia apropiada; sin dejar marginado aspectos trascendentales como: lo técnico, logístico y estructural de la radio, que sin duda influyen en la calidad de los espacios noticiosos.

En este sentido, una buena agenda contribuye al desarrollo y formación de la ciudadanía. Así cuando una agenda está bien estructurada se consolida como el primer generador de opinión sobre una realidad social determinada, con la guía de una apropiada agenda temática y con una preparación, un buen tratamiento de actividades en la radio, se determinará el motor del llamado periodismo radiofónico.

---

<sup>131</sup> Código Deontológico de radio “SonoOnda”, 2015; 3.



El teórico López Escobar (1996), consolidó a la Agenda *Setting* como el “método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadas de los temas o problemas más destacados para la sociedad”.<sup>132</sup>

Con una reflexión muy cercana apareció también David Dary, quien calificó a los gabinetes de noticias radiofónicas como: “lugares de un desorden ordenado. La atmósfera está tensa por una prisa dominada, que se afana por llegar al plazo de la transmisión siguiente, mientras continúa manteniendo una constante vigilancia de las noticias más recientes”.<sup>133</sup>

En otras palabras, se puede recoger de lo expuesto por los autores que los trabajos en mesa o el manejo de una agenda, admiten alimentar los conocimientos y las guías de análisis e investigación, permitiendo recoger la información durante la semana de labores. Así lo comparte Juan Carlos Espinoza Suco, quien considera necesario contar con la agenda temática porque: “de aquí se parte en la diagramación de los informativos y el comienzo de su producción”.<sup>134</sup>

La aplicación de la agenda temática para “Ondas Azuayas” es similar, esta radio ha indicado que la elaboración de los informativos se inicia el lunes desde las 9:00 se reúnen los periodistas, donde se pone en consideración un plan estratégico de trabajo para cubrir las informaciones. Así lo expresa Alfredo Lazo, coordinador de noticias:

El director de noticias del medio, diagrama directrices para el coordinador de los informativos, esto en cuando a los presuntos invitados que podrían ir a los espacios noticiosos para tratar los temas principales de la agenda temática

---

<sup>132</sup> López: 1996, 9.

<sup>133</sup> Dary: 1970, 49.

<sup>134</sup> Juan Carlos Espinoza Suco, presentador de noticias “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.





plateada; además, que los reporteros establecen sus temas principales de trabajo cuyas variables de las noticias se generan durante la semana.<sup>135</sup>

No obstante también en "SonoOnda" tienen como obligación el manejo de la agenda de medios para elaboración de los informativos. Juan Carlos Espinoza sostiene que:

Hacer una agenda de medios y tener cada periodista su propia agenda permite participar en reuniones, rueda de prensa, noticias de importancia para el oyente de la emisora. Esto es esencial en la radio y ningún noticiero va a poder trabajar sin una agenda de medios. La información se genera día a día, he aquí la importancia de reconocer que el medio de comunicación no tiene ningún tinte político. La radio tienen mayor opción en generar noticia donde se pueda tocar cualquier tipo de información sin coartar la libertad de expresión, esté se transforma en un fuerte para la estación, donde nunca se les ordena lo que se tiene que hablar. Dentro de este marco el medio respeta a sus periodistas, y ellos investigan todo tipo de noticia ya sea: político, económico, social, cultural, y deportivo.<sup>136</sup>

Cabe mencionar que el informativo de "Onda Azuayas" se denomina "Radio Noticias" y su primera emisión va desde las siete de la mañana hasta las ocho y cincuenta. Tiene dos presentadores: Ing. Gustavo Cardoso y la Lcda. Rosana Encalada.

Mientras tanto para la segunda emisión del Informativo que se emite a partir de las doce horas y termina a las trece y veinte cinco de la tarde, lo conforman: el Arq. Fausto Cardoso, y la Lcda. Ana Abad.

Dentro de estos espacios cumple la función de coordinador general de noticias el señor Alfredo Lazo. Y como reporteros: la Lcda. Karina Crespo, y el Sr. Ernesto Tseremp.

En cambio los informativos de la radio campesina "SonoOnda" se denomina "Informativo 960" como se lo caracteriza; consta de dos emisiones: el primero

---

<sup>135</sup> Alfredo Lazo, Coordinador de noticias en "Ondas Azuayas", entrevistado por José Mejía, Cuenca 06, de agosto, 2015.

<sup>136</sup> Juan Carlos Espinoza Suco, presentador de noticias "SonoOnda", entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.



de siete a ocho de la mañana y su segunda emisión a partir de las doce del mediodía hasta las trece horas. Sin embargo, en diciembre del 2014 la estructura del informativo varió por problemas económicos, reduciendo la segunda emisión a quince minutos.

Además dentro del espacio noticioso a las dieciocho horas existe un enlace de media hora, con un medio nacional “Corape”,<sup>137</sup> los dos noticieros se elaboran con producción local. Estas dos emisiones tienen dos responsables: de la mañana estuvo el señor Freddy Guamaní y el señor Guido Peñaloza, mientras al mediodía está el Lcdo. Juan Carlos Espinoza Suco y el Sr. Rodrigo Paidá.

Cada informativo tiene sesenta minutos de duración, con diferentes categorías: noticias locales, nacionales, internacionales y deportivas.

#### **4.3 LA COORDINACIÓN PERIODÍSTICA: UN ELEMENTO SUSTANCIAL.**

Como hemos indicado la coordinación periodística se convierte en la base para contactarse con los protagonistas de la coyuntura política, económica y social del país, aunque el lado complejo de la coordinación, se enmarcaría en la carencia de medios para llegar hacia él protagonista: por falta de números telefónicos, desactualización de contactos, ciertas políticas de los entrevistados, etc.

Habíamos dicho ya sobre la coincidencia existente entre: el productor, y el coordinador, aunque su trabajo no es el mismo, pues cada uno se limita a su área.

---

<sup>137</sup> La red Corape: Es la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador, recolectan información de todo el país, para realizar los informativos con el apoyo de los medios que conforman.  
<http://www.corape.org.ec> Consulta: 20/11/2015.



En la presente investigación se develó por ejemplo, que el coordinador en “Ondas Azuayas” es quien se involucra más en la temática del informativo; es decir, tiene la posibilidad de manejar una agenda de temas desde la preparación: los periodistas y los directivos del medio elaboran la agenda de la semana. Según la mecánica de la radio esto lógicamente no se vuelve una camisa de fuerza, pero si se deben agotar todos los temas que se establecen al inicio del ciclo. Luis Vásconez, presentador de noticias, lo recuerda:

Ondas Azuayas siempre ha tenido un coordinador de noticias; recuerdo que cuando ingrese la compañera Brichida San Martín, estaba al frente de este cargo. Este medio es el único en la ciudad que siempre ha tendido este tipo de personas en un área determinada porque en la mayoría de medios de comunicación por la situación económica, la inmediatez y el limitado número de personas carecen de un coordinador; los periodistas salían a las calles, hacían los reportajes, presentaban las noticias; y prácticamente eran considerados unos todólogos.<sup>138</sup>

De hecho la gestión noticiosa en “SonoOnda”, también parte de las mismas características, ya que consiste en reuniones con los diferentes colaboradores y personal periodístico de la estación, dichas reuniones se lo hacen siempre a partir de la misión y visión como mentalizadora del trabajo, poniendo énfasis en su compromiso con la comunidad. Al respecto su presentador de noticias Juan Carlos Espinoza comenta:

Desarrollar un informativo, puede tornarse manejable ya que la coordinación periodística, permite que todos se reúnan en la mañana y realice una planificación del día de trabajo seleccionando adecuadamente las fuentes donde se generaba la información o noticia, para que antes de iniciar el noticiario ya pueda conocerse que se va a reproducir en las distintas emisiones.<sup>139</sup>

Por otro lado, Freddy Guamaní, ex coordinador de noticias, enfoca la importancia de una tarea previa a la coordinación, donde se seleccionen todas las notas periodísticas, ruedas de prensa, boletines, entrevistas pre grabadas

---

<sup>138</sup> Luis Vásconez, presentador de noticias “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 10 de agosto 2015.

<sup>139</sup> Juan Carlos Espinoza Suco, presentador de noticias “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.



que en cierta medida influyan durante el día y en la mesa de trabajo, entonces parten de tres premisas:

La labor de los periodistas, coordinadores y presentadores de noticias, consiste en una clara división de tareas, una persona se encarga de los sucesos, otra se encarga de las crónicas, y una de estructurar lo recopilado hasta el momento, lamentablemente esto no sucede, ya que no pueden existir los recursos necesarios, por ende todos deberían trabajar en una sola línea que vaya brindando la agenda *setting*.<sup>140</sup>

#### 4.4 COMPLICACIONES AL MOMENTO DE ESTRUCTURAR UNA AGENDA DE TRABAJO.

Los principales obstáculos en el momento de estructurar las agendas de trabajo en los dos medios radiales y sus informativos, según nuestra investigación se basa en:

**4.4.1 Horarios Noticiosos:** la hora determina la sustentabilidad de los informativos con entrevistas. Se pudo notar que exista mayor concurrencia a espacios de la mañana y no en horas del mediodía, porque suele ser más complejo salir de espacios laborales o interrumpir sus funciones cotidianas.

Pues no siempre llegan los invitados a pesar de haber acordado con anticipación su presencia en el medio, al final no llegan y esto conlleva a dejar vacíos los espacios en los informativos que deberán ser sustituidos inmediatamente con producción propia de la radio.

En estos casos aparece como trabajo complementario, los reportajes de los periodistas cuyo trabajo ayuda a soportar los informativos con sus notas, permitiendo cubrir el tiempo que no se dio la entrevista. Esto no quiere decir que se deje en segundo plano el trabajo hecho en la calle, todo lo contrario es

---

<sup>140</sup> Freddy Guamaní, productor y presentador de “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.



fundamental para los presentadores tener a mano estos tipos de soportes auditivos.

**4.4.2 Los temas:** actualmente por la coyuntura política que vive el país dentro del gobierno del presidente Eco. Rafael Correa, se puede evidenciar lo difícil de establecer una agenda con personajes de la política como: ministros, autoridades locales o personas que se encuentran en palestra pública: poca apertura para hablar con medios independientes, no oficialistas.

Según los entrevistados era más sencillo conseguir entrevistas hace algunos años atrás porque eran los protagonistas quienes contestaban sus teléfonos personalmente; en estos tiempos los funcionarios de altas jerarquías, tienen la disposición de no dar informaciones a medios independientes, casi nadie te contesta, por lo contrario los espacios se deben gestionar por intermedio de sus asesores. Alfredo Lazo mantiene que:

En realidad ellos entorpecen el proceso de gestión de entrevistas quienes se vuelven una especie de aduana y varios piden hasta los formularios de entrevistas, además preguntan: ¿quiénes les van a entrevistar?, ¿la duración de la entrevista?; es muy complejo encontrar una fórmula adecuada de poder conseguir y cumplir con el trabajo. La producción del informativo en su segunda emisión, es el más difícil de trabajar por asuntos de tiempo de nuestros presuntos invitados.<sup>141</sup>

De la misma forma, en cuanto al establecimiento de los temas el Sr. Freddy Guamaní, de “SonoOnda” señala que la selección de los mismos es dependiente del interés del medio, donde se toma como referencia las atribuciones del oyente y hacia donde desean llegar:

Las precisiones de una coordinación periodística se nutren en la decisión y estructuración de los informativos, ¿cómo quiera que sean estos?; las personas que laboran en el cargo son quienes tienen la última palabra para decir qué va y qué no va dentro del noticiero. La conflictividad de la tarea se halla, en la

---

<sup>141</sup> Alfredo Lazo, Coordinador de noticias en “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 06 de agosto, 2015



excesiva seguridad que todo va a salir bien”; es decir, confías que todos los espacios del informativo serán llenados como está planificado. Esto en general no sucede porque no todos llegan a la cita periodística, debes considerar que quizás alguien te va a fallar, de allí la preparación del coordinador para saber resolver estas situaciones”.<sup>142</sup>

Sin embargo, debemos puntualizar que la selección de temas para los informativos enfrenta otra posición y un nuevo punto de valorización en el momento de su determinación, porque ya sea que esté en una mesa de trabajo o simplemente a través de una permanente lluvia de ideas de los involucrados para obtener la información y el manejo de la misma.

Por ejemplo, en “Ondas Azuayas” sus principales temáticas que aborda en sus informativos, desde sus inicios, han sido los políticos dando una orientación para la opinión pública en la sociedad cuencana. Vinicio Vega exterioriza que:

No se ha dejado de lado el aspecto cultural, la radio es quizás una de las pocas emisoras que trabaja constantemente en aspectos culturales y sociales que se desarrollan en torno de la ciudad; esto permite a la gente estar más ligada a las diversas expresiones culturales arraigadas en Cuenca.<sup>143</sup>

En otras palabras Luis Vásconez, ex Coordinador de noticias en “Ondas Azuayas”, entiende que la tendencia de la radio al tener destinatarios de estatus socio- cultural- educativo, es tratar en los informativos aquellos temas vinculados con aspectos económicos y políticos de coyuntura diaria: “Ondas Azuayas” desde sus inicios se ha caracterizado en realizar entrevistas de alta calidad a políticos, ministros de estado, gobernantes locales y personajes que estén involucrados en el que hacer de la política ecuatoriana”.<sup>144</sup>

---

<sup>142</sup> Freddy Guamaní, Productor y presentador de “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.

<sup>143</sup> Vinicio Vega, productor musical y programador en “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 08 de agosto, 2015.

<sup>144</sup> Luis Vásconez, presentador de noticias “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca 10, de agosto, 2015.



En cambio “SonoOnda” pone en mira los temas que contribuyan al que hacer de los campesinas y de las comunidades, y de esa manera solventar todas sus necesidades. Freddy Guamaní apunta:

En los espacios de opinión se trata o intenta decir lo que uno interpreta, se dice que en el mundo hay tres verdades: la verdad mía, la verdadera de la persona que está enfrente y la verdad general, con esto se intenta de alguna manera poner peso en las dos partes de la balanza; la opinión de los ciudadanos se encamina hacia analizar la verdad tras la noticia que se está generando, para que la gente saque su opinión, muchas veces sopesa lo que nosotros podamos tener como ideal.<sup>145</sup>

#### 4.5 LA PRODUCCIÓN DE LOS INFORMATIVOS: ALGO MÁS TÉCNICO.

Sin duda, la producción de informativos nace del objetivo comunicacional del medio; es decir: su nicho, su target al que se dirige y, sobre todo, su política.

“Ondas Azuayas”, tiene una política comunicacional ubicada en el extracto socio-cultural- educativo. “Es decir el nivel informativo de esta radio es medio alto, la prioridad del medio ha sido las noticias de primera mano llevando a tener un gran nivel de preparación”.<sup>146</sup>

En cambio “SonoOnda”, posee una gran cobertura en las zonas rurales de la provincia; por ello, tiene una política centrada al extracto media baja socio comunitario. Para mejor referencia el nivel de los informativos es local comunitario, la prioridad del medio siempre será la comunidad y su desarrollo.

El productor de radio es quien debe tomar las riendas del barco llamada cabina de emisión o locución; es él quien toma las decisiones, es el hombre que debe hablar con todos los involucrados en el trabajo diario de la radio, y “es quien

---

<sup>145</sup> Freddy Guamaní, Productor y presentador de “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.

<sup>146</sup> Vinicio Vega, productor musical y programador en “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 08 de agosto, 2015.



pone las líneas de partida y de funcionamiento al coordinador y al presentador de un determinado programa; es quien debe preocuparse que todo marche bien y el sonido sea de calidad en la transmisión en vivo”.<sup>147</sup>

Entonces se puede mencionar que falta en las universidades espacios de formación para que se vayan cumpliendo los roles que la ley les exige, en cuanto a la preparación de un productor radiofónico en cada medio; pero, deberá surgir también de la necesidad de abrir estos espacios de labores en los propios medios de comunicación.

El productor de radio debe estar siempre buscando y mejorando la imagen de la emisora: promocionar cada espacio; estructurar los programas para que se realicen con los menos errores posibles; manejar bien los aspectos técnicos de la emisora; ser un conocedor de la tecnología digital; estar pendiente de las puestas de aire de cada espacio, para verificar que todo marche bien o caso contrario notificar al director de la radio de las anomalías que puedan darse.

En la producción de los informativos, las notas periodísticas son realizadas con un alto grado de calidad, los reporteros son los que las realizan y es el coordinador quien tiene la tarea de revisión antes de ser expuestos al aire.

Los reportajes varían en la duración del tiempo con un mínimo de tres minutos y máximo de seis minutos en lo que detalla lo más importante de la noticia.

Los presentadores son los responsables de seleccionar, con anticipación, los temas a tratarse a cabo en cada informativo, previo al trabajo coordinado con el

---

<sup>147</sup> Ramiro Lojano, Locutor y programador de “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca 02, septiembre, 2015.





productor a quien se le informa sobre cómo estará estructurado el informativo y las notas a difundirse así como se llevará a cabo el desarrollo del mismo.

#### **4.6 LA PRODUCCIÓN EN RADIO: UN ANTES Y UN DESPUÉS.**

Hablar de producción es referirse a la gran historia de la radiodifusión, cuyos puntos de partida se enmarcaron en la forma que se realizaban y ejecutaban cada uno de los programas en vivo; estructurar los espacios para la puesta en escena de los mismos al aire, costaba mucho trabajo y emanaba cuantioso tiempo, pues llevaba una semana o más poderlos grabarlos, casi no se podía equivocar por la dificultad de cortar y pegar los audios, es que en cintas magnetofónicas prácticamente era imposible.

Por añadidura Daniel Cohen y Marta Pereyra, recogen versiones de Vanesa Gómez y Jorgelina Rodríguez Jáuregui del libro: “Lenguajes de la radio”; ellos conciben a la producción periodística radiofónica como “un proceso (articulación de una serie de actividades) que fluctúa de acuerdo a las necesidades, los tiempos, los objetivos y el contexto del trabajo radiofónico y del que hacer comunicativo”.<sup>148</sup>

En cambio Carl Hausman, Fritz Messere, Lewis O’ Donnell y Philip Benoit en su recopilación sobre producción moderna de radio, consideran una buena producción como: “extensión de la programación de radio y un productor – alguien que manipula el sonido para crear un efecto o comunicar un mensaje – deben adaptar esa producción para reforzar el sonido de la estación”.<sup>149</sup>

La complejidad crecía cuando existían entrevistas en cabina porque si se realizaba mal alguna pregunta se tenía que hacerse nuevamente.

---

<sup>148</sup> Cohen: 2010, 46.

<sup>149</sup> Hausman, et al: 2011, 15.



Para Eduardo Brazales, quien desarrollaba la producción de Ondas Azuayas, manifestó que era más complicado, haciendo referencia a los años dorados de la radio, donde se tenía que grabar o producir en casetes, cintas, vinil, cortar, pegar y calzar de forma adecuada las grabaciones e incluso volver a regrabar, para poder pasar un audio al aire:

Era básicamente otra ciencia la radio, los tiempos buenos de la radiodifusión donde el trabajo debía ser constante y necesitaba mucha atención y dedicación. ....[.]Para quienes controlábamos o fungíamos en esta área, el trabajo era prácticamente manual y agotador; se decía que las manos no alcanzaban para alinear con los platos o con el cassette, las caseteras o minis cd., los vinilos y la consola a la que se le consideraba la madre de la radio porque en ella se acarrea la responsabilidad de emitir la señal del estudio, aunque casi siempre no había lugar por donde sacar sonido de dichas consolas; todo espacio tenía su función, los sonidos eran en vivo, nunca se pensó que llegaría el día en que todo estaría al alcance por Internet.<sup>150</sup>

Freddy Guamaní, quien se desenvolvió en la parte operativa de “SonoOnda”, estableció el antes de la producción como una cuesta de río o un gran obstáculo al grabar, manifestó que:

El productor tenía que romperse la cabeza; antes se manejaba la cinta magnetofónica, casetes, tornamesas, o tocadiscos, todo esto para realizar lo que es un spot, o publicidad; se debía soltar en el momento preciso el rec y el locutor salía en el momento oportuno para hablar, y empezar a grabar, si se falló en algo había que tratar de repetir desde el lugar exacto donde tuvo el problema para no repetir todo el spot y al momento de hacer un cambio musical había que partir con toda exactitud desde donde se terminó la misma. Esto era un trabajo milimétrico, complicando el realizar la producción radiofónica.<sup>151</sup>

Estas barreras se han roto gracias al avance tecnológico de los últimos tiempos para la realización de la producción radiofónica; ahora es necesario que el productor de radio esté permanentemente en capacitación en torno a los avances digitales que mejoran y agilitan estos tipos de procesos en las emisoras.

<sup>150</sup> Eduardo Brazales, Productor y programador “Ondas Azuayas” entrevistado por José Mejía, Cuenca 14 de agosto, 2015.

<sup>151</sup> Freddy Guamaní, Productor y presentador de “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.



En la actualidad, la producción radiofónica es tan fácil y ágil debido al acceso de programas para edición y mejoramiento de calidad en audio (WabLav, Cool Edit, Adobe Audition); por tanto, en manejo de instrumentos radiales ya se pueden recoger las voces y realizar montajes con fondos musicales o efectos de forma instantánea y con una rapidez única.

Así pues Vinicio Vega, de “Ondas Azuayas” acotó que se requiere de mucho conocimiento y preparación para cumplir con las normativas de la ley de comunicación, donde se establece la necesidad de transmitir producción que se apegue a la normativa de regulación en los medios radiales: “Desgraciadamente hay que acotar que las autoridades de nuestro país no se han dado cuenta de la poca producción nacional y, de esta forma, las normativas termina siendo perjudicial para las audiencias y los nichos de los medios radiales a que se dirigen en sus programaciones”.<sup>152</sup>

Por lo contrario, Ramiro Lojano, personero de “SonoOnda” divisa que el acceso a las nuevas tecnologías termina brindando una ventaja al momento de hablar de producción, debido a una infinidad de programas como: Adobe Audition, WaveLab, Sound Forge, que son accesibles al manejarlos y encajan en los estudios de producción:

Ahora la tecnología ha invadido todo, si uno no sabe manejar una computadora estamos perdidos. Cuando la producción se grababa en mini disc se iba colocando parte por parte, más o menos como pautas comerciales. Las personas se acostumbran y se adiestran a los momentos, a un ritmo o a una forma que nos dan; por ello antes era quizás mejor hacer producción porque se daba facilidad de escuchar y hacer uno mismos, ahora con la tecnología uno ingresa a una página digital y en su gran mayoría puede encontrar copias.<sup>153</sup>

---

<sup>152</sup> Vinicio Vega, productor musical y programador en “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 08 de agosto, 2015.

<sup>153</sup> Freddy Guamaní, Productor y presentador de “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.



La idea central de los informativos y de toda una programación será en proporcionar un acercamiento técnico y estructural, sobre el cumplimiento de los estándares de producción radiofónica en los medios; esto dependerá de las ejecuciones correctas de las reuniones semanales que se tiene entre directores de la emisora y los periodistas para arrancar con una agenda *setting* del medio, pero también servirá para analizar lo sucedido en los informativos de cada semana.

#### **4.6.1 LOS ESTÁNDARES DE PRODUCCIÓN: UNA CASUALIDAD O REALIDAD.**

Es difícil cumplir todos los estándares de producción en los medios; hoy en día, el principal problema nace de la situación económica de los propios medios de comunicación y sobre todo las radios que no se escapan de este hecho. Esta situación provoca carencia de personal responsable de alinear aspectos de calidad en cada programa de una emisora.

Para Andrea Holgado, plantea que el proceso de creación de un programa radiofónico como un punto de partida es la idea: “Esta idea a la vez tendrá su fundamentación y origen. La estructura, el género, el estilo y el formato estarán supeditados a esa idea, que será la que determinará las características diferentes de nuestro trabajo”.<sup>154</sup>

Sin embargo, “Ondas Azuayas” y “SonoOnda”, son uno de los pocos medios de la ciudad que cuenta con amplio personal que trabaja en la producción de los programas; puntualizamos algunos de los aspectos considerados.

---

<sup>154</sup> Holgado: 1999, 95-96.



#### 4.6.1.1 LA PRE PRODUCCIÓN.

En su totalidad la programación de “Ondas Azuayas” si cumple con la planificación previa, nos dio a conocer Vinicio Vega que para establecer un tema de interés que se trataría en cada programa: “Hay una lluvia de ideas previo a lo que sería el segundo paso de la realización de programas, a través del mismo va construyéndose un consenso entre todas las partes involucradas para trabajar de forma eficiente”.<sup>155</sup>

Esto sucede también en “SonoOnda”, según nos relató Juan Carlos Espinoza, porque cada programa tiene su estructura y un guion establecido, manejando su estilo y línea antes del salir al aire: “Al inicio de cada año la radio establece un cronograma de actividades y cada programa se rige al mismo es decir: su target, su enfoque, sus objetivos y la planilla con la que se va a regir durante el año”<sup>156</sup>.

#### 4.6.1.2 LA PRODUCCIÓN.

Para “Ondas Azuayas”, las actividades planificadas se inician con la confirmación de los invitados o de los panelistas por parte del coordinador; en este caso el señor Alfredo Lazo, comprometerá a los personajes para realizar el dialogo en el noticiario: “suele pasar que los invitados no llegan, o no pueden asistir, lo recomendable sería tener un segundo plan que podría ser un enlatado o un programa reprise”.<sup>157</sup>

---

<sup>155</sup> Vinicio Vega, productor musical y programador en “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 08 de agosto, 2015.

<sup>156</sup> Juan Carlos Espinoza Suco, presentador de noticias “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.

<sup>157</sup> Alfredo Lazo, Coordinador de noticias en “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca 06, de agosto, 2015.



Es aquí donde radio “SonoOnda”, ve disminuido sus fortalezas de radio comunitaria, ya que no cuenta con una persona que esté al frente de la organización, coordinación y manejo de la programación de la radio:

Antes existía esa persona que buscaba la manera para que este medio de comunicación surja, pero en la actualidad carece de esta autoridad para que pueda hacer cumplir todo lo estipulado al inicio del año. Vale señalar que la mayoría de los programas en la actualidad no cumplen con el estándar de una producción. Recordemos que este medio de comunicación es un medio confín comunitario y por ello tendríamos que realizar algunos cambios obligatorios para solventar sus falencias.<sup>158</sup>

#### **4.6.1.3 LA POST PRODUCCIÓN**

Se puede definir en un balance general y del periodo determinado para esta investigación, realizada a los programas tanto en “Ondas Azuayas”, como en “SonoOnda”; la post producción no tiene la importancia que merece, pues no existe el respeto a esta norma por ende sus virtudes son escuetas, tornándose el talón de Aquiles de los medios porque en sus programaciones:

Muy pocas veces se reúnen los conductores de los espacios para analizar su trabajo, desenvolvimiento, puesta en vivo, resultados y evaluarse entre quienes son parte del mismo staff con el director general del medio, para reconocer virtudes falencias carencias y líneas a seguir. Sin embargo, en el área de las noticias esto sí sucede y es una excepción en la emisora “Ondas Azuayas” y su programación noticiosa.<sup>159</sup>

#### **4.7 GUION ESTRUCTURAL DEL INFORMATIVO “ONDAS AZUAYAS” 2014.**

**NOMBRE DEL PROGRAMA:** RADIO NOTICIAS ONDAS AZUAYAS.

**SECCIONES:** ENTREVISTAS INTERNACIONALES, NACIONALES, LOCALES Y CULTURALES.

**DIRECCIÓN:** ING. GUSTAVO CARDOSO.

---

<sup>158</sup> Juan Carlos Espinoza Suco, presentador de noticias “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25 de septiembre, 2015.

<sup>159</sup> Luis Vásconez, presentador de noticias “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca 10 de agosto, 2015.



**HORA DE TRANSMISIÓN:** LUNES A VIERNES: PRIMERA EMISION 07:00 – 08:50, SEGUNDA EMISION 12:00– 13:25.

**MESES:** FEBRERO Y DICIEMBRE.

1.	Locutor	Saludo la hora y el clima en la ciudad
2.	Controlador	Presentación titulares
3.	Locutor	Leer los titulares de mayor importancia nacional y local
4.	Controlador	Presentación de entrevistas
5.	Locutor	Da a conocer quiénes van estar en la cabina para realizar con ellos un diálogo.
6.	Controlador	Presentación titulares internacionales
7.	Controlador	Titulares internacionales radio Francia Internacional.
8.	Controlador:	Presentación de Informativo ( Portada)
9.	Locutor	Desarrollo de los titulares
10.	Locutores	Entrevistas
11	Controlador	Noticias Internacionales RFI

#### **4.8 GUION ESTRUCTURAL DEL INFORMATIVO “960” 2014.**

**NOMBRE DEL PROGRAMA:** INFORMATIVO 960.



**SECCIONES:** ENTREVISTAS INTERNACIONALES, NACIONALES, LOCALES Y CULTURALES.

**DIRECCIÓN:** SR. FREDY GUAMANI

**HORA DE TRANSMISIÓN:** FEBRERO: LUNES A VIERNES PRIMERA EMISION 07:00 – 08:00, SEGUNDA EMISION 12:00– 13:00.

DICIEMBRE: LUNES A VIERNES PRIMERA EMISION 07:00 – 08:00, SEGUNDA EMISION 13:00– 13:15.

1	Controlador	Presentación de Informativo 960
2	Locutor 1	Saludos y bienvenida al noticiero
3	Locutor 2	Saludos y pagina web
4	Controlador	Presentación de los titulares
5	Locutor 1	Titulares internacionales
6	Locutor 2	Titulares nacionales, locales.
7	Controlador	Desarrollo de la información.
8	Locutor 1	Noticias nacionales bloque primero
9	Locutor 2	Noticias nacionales bloque segundo
10	Controlador	Presentación del protagonista
11	Locutor 1	Presenta al invitado en la cabina
12	Controlador	Presentación de noticias locales





13	Locutor 1	Noticias locales bloque primero
14	Locutor 2	Noticias locales bloque primero
15	Controlador	Presentación de notas locales
16	Locutor 2	Audios reportajes
17	Controlador	Presentación de notas internacionales

#### **4.9 LOS INFORMATIVOS DE RADIO “SONOONDA” Y “ONDAS AZUAYAS” EN LA TEMPORADA 2014 FEBRERO- DICIEMBRE.**

La planificación de radio “ SonoOnda” se realiza de la siguiente manera:

1. Realización de la agenda temática para la semana de trabajo.
2. La reunión se llevaba a cabo a partir de las 8h30 hasta las 09h30.
3. Selección de temáticas de trabajo a través de un consenso entre director y periodistas.
4. Trabajo en campo investigativo: a través de este proceso se consideraba las participaciones de los oyentes quienes por denuncias telefónicas o presenciales, solicitaban las indagaciones sobre problemáticas que perjudicaban a parroquias, comunidades, o zonas de la ciudad.
5. Selección del protagonista, el director de noticias solicitaba la colaboración de uno de los reporteros para realizar invitaciones a personajes públicos o de coyuntura para que asistan a los informativos para una entrevista.



6. El reportero Juan Carlos Espinoza Suco, realizaba el seguimiento, corrección de notas periodísticas para los informativos de la emisora y seleccionaba el orden adecuado para ser emitidos al aire.
7. Realización de la producción y guionización de los informativos.
8. Formato de los informativos: En los informativos de los radio “SonoOnda” se estipulaba de la siguiente manera:
  - Temas nacionales.
  - Entrevistas: El protagonista.
  - Temas locales.
  - Temas internacionales.
  - Temas deportivos.

### **La planificación de radio “Ondas Azuayas”.**

La planificación y organización de la estación es de la siguiente manera:

1. La reunión se llevaba a cabo a partir de las 09h00 hasta las 10h30.
2. Selección de temáticas de trabajo a través de un consenso entre directores de la emisora y periodistas.
3. Trabajo en campo investigativo: a través de este proceso se consideraba los temas que se han realizado durante la semana que feneció y se considera algunas conclusiones se puede sacar para hacer el seguimiento de las informaciones; esto contribuye de manera importante para seleccionar los protagonistas. El director de noticias solicitaba la colaboración de uno de los reporteros para realizar invitaciones a personajes públicos o de coyuntura para que asistan a los informativos para una entrevista.



4. Los reporteros: la licenciada Karina Crespo y el señor Ernesto Tseremp, realizaban su planificación acorde a los siguientes puntos: el discurso del presidente de la República en la última sabatina, los temas de actualidad en la ciudad además de los temas culturales y patrimoniales para el seguimiento respectivo, corrección de notas periodísticas para los informativos de la emisora y seleccionaba el orden adecuado para ser emitidos al aire.
5. Realización de la producción y guionización de los informativos.
6. Formato de los informativos: En los informativos de los radio “Ondas Azuayas” se estipulaba de la siguiente manera:
  - Secciones nacionales.
  - Secciones internacionales.
  - Entrevistas.
  - Temas locales.

#### **4.10 DESGLOSÉ DE LAS ENTREVISTAS, CATEGORÍAS ABORDADAS, Y SU DURACIÓN EN LOS INFORMATIVOS DE LOS MESES: FEBRERO Y DICIEMBRE.**

##### **Mes de Febrero**

##### **SonoOnda 960 Am.**

Primera Emisión: 1 hora.

Segunda Emisión: 1Hora

##### **Ondas Azuayas 1110 Am.**

Primera Edición: 1h50m.

Segunda Edición: 1h25m.

<b>MEDIO</b>	<b>EMISION</b>	<b>SEMANA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>NÚMEROS ENTREVISTA</b>	<b>TEMAS</b>
SonoOnda	Primera edición	3 al 7	30 minutos	3 diarias,	Político, económico,



				15 semanales.	Social,  Religiosa y cultural.
Ondas Azuayas	Primera edición	3 al 7	30 minutos	3 diarias, 15 semanales.	Políticos, económicos
SonoOnda	Segunda edición	3 al 7	30 minutos	2 diarias, 10 semanales.	Políticos y salud.
Ondas Azuayas	Segunda edición	3 al 7	15 minutos	2 diarias, 10 semanales.	Políticos, culturales.
SonoOnda	Primera edición	10 al 14	15 minutos	3 diarias, 15 semanales.	Político, económico, Social.
Ondas Azuayas	Primera edición	10 al 14	15 minutos	4 diarias, 20 semanales.	Políticos económicos
SonoOnda	Segunda edición	10 al 14	15 minutos	2 diarias, 10 semanales.	Político y salud.
Ondas Azuayas	Segunda edición	10 al 14	15 minutos	3 diarias, 15 semanales.	Político.
SonoOnda	Primera edición	17 al 21	10 minutos	4 diarias, 20 semanales.	Político, Social.
Ondas Azuayas	Primera edición	17 al 21	15 minutos	4 diarias, 20 semanales.	Políticos
SonoOnda	Segunda edición	17 al 21	10 minutos	4 diarias, 20 semanales.	Políticos
Ondas Azuayas	Segunda edición	17 al 21	15 Minutos	3 diarias, 15 semanales.	Políticos
SonoOnda	Primera edición	24 al 28	30 minutos	4 diarias,	Políticos



20 semanales.

Ondas Azuayas	Primera edición	24 al 28	30 minutos	3 diarias, 15 semanales.	Políticos económicos
SonoOnda	Segunda edición	24 al 28	30 minutos	4 diarias, 20 semanales.	Políticos y salud
Ondas Azuayas	Segunda edición	24 al 28	15 minutos	3 diarias, 15 semanales.	Políticos culturas

### Mes de Diciembre

#### SonoOnda 960 Am.

Primera Emisión: 1 hora.

Segunda Emisión: 15 Minutos.

#### Ondas Azuayas 1110 Am.

Primera Edición: 1h50m.

Segunda Edición: 1h25m.

MEDIO	EMISION	SEMANA	TIEMPO	NÚMEROS ENTREVISTA	TEMAS
SonoOnda	Primera edición	1 al 5	30 minutos	2 diarias, 10 semanales.	Económico, Social, Religiosa y cultural.
Ondas Azuayas	Primera edición	1 al 5	30 minutos	3 diarias, 15 semanales.	Políticos, económicos
SonoOnda	Segunda edición	1 al 5	5 minutos	1 diario, 5 semanal.	Políticos y salud.
Ondas Azuayas	Segunda edición	1 al 5	15 minutos	2 diarias, 10 semanales.	Políticos, culturales.
SonoOnda	Primera edición	8 al 12	15 minutos	1 diaria, 5 semanal.	Político, económico, Social.



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Ondas Azuayas	Primera edición	8 al 12	15 minutos	4 diarias, 20 semanal.	Políticos económicos
SonoOnda	Segunda edición	8 al 12	5 minutos	1 diaria, 5 semanal.	Político y salud.
Ondas Azuayas	Segunda edición	8 al 12	15 minutos	1 diarias, 5 semanal.	Político.
SonoOnda	Primera edición	15 al 19	10 minutos	4 diarias, 20 semanal.	Político, Social.
Ondas Azuayas	Primera edición	15 al 19	15 minutos	4 diarias, 20 semanal.	Políticos
SonoOnda	Segunda edición	15 al 19	5 minutos	1 diaria, 5 semanal.	Políticos
Ondas Azuayas	Segunda edición	15 al 19	15 Minutos	3 diarias, 15 semanal.	Políticos
SonoOnda	Primera edición	22 al 30	30 minutos	2 diarias, 10 semanal.	Políticos
Ondas Azuayas	Primera edición	22 al 30	30 minutos	4 diarias, 20 semanal.	Políticos económicos
SonoOnda	Segunda edición	22 al 30	10 minutos	2 diarias, 10 semanal.	Políticos y salud
Ondas Azuayas	Segunda edición	22 al 26	15 minutos	2 diarias, 10 semanal.	Políticos culturas
SonoOnda	Primera edición	29 al 31	0 minutos	No hay invitados.	
Ondas Azuayas	Segunda edición	29 al 31	30 Minutos	1 diaria, 2 semanal.	Economía.



SonoOnda	Segunda edición	29 al 31	0 minutos	No hay invitados.	
Ondas Azuayas	Segunda edición	29 al 31	30 minutos	1 diaria, 2 semanal.	Economía.

#### 4.11 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS INFORMATIVOS.

Radio “Ondas Azuayas” tiene uno de los informativos más estructurados de la región, es uno de los pocos medios que posee un coordinador de noticias dedicado específicamente a la coordinación de las agendas informativas.

Según Eduardo Brazales, la capacidad de los periodistas de “Ondas Azuayas” se ha fortalecido en la opinión pública porque: “las entrevistas llegan a un medio socio cultural muy alto que nos exige a quienes somos parte del medio a estar preparados, no cometer errores o redundar en temas que pueden escucharse como aburridos”.<sup>160</sup>

Hay que tener en cuenta que las fortalezas de los informativos son las entrevistas y quiénes las realizan; esto provoca cierta empatía entre el oyente y los periodistas. Por otro lado, las notas y reportajes preparados por los periodistas, con toda seguridad, se vuelven transcendentales:

Si usted en un informativo pasa una nota descontextualizada o fuera de actualidad, tenga la plena seguridad que al oyente le puede provocar rechazo o sueño, una nota periodística debe ser bien trabajada y contextualizada, con una buena investigación; esto hace la diferencia en los informativos de la radio.<sup>161</sup>

En particular, en “Ondas Azuayas”, hay dos informativos de relevancia: uno, el de la mañana dirigido por Gustavo Cardoso; considerado como uno de los

<sup>160</sup> Eduardo Brazales, Productor y programador “Ondas Azuayas” entrevistado por José Mejía, Cuenca, 14, de Agosto, 2015.

<sup>161</sup> Vinicio Vega, productor musical y programador en “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 08, de Agosto, 2015.



principales informativos de la ciudad, por su estructuración y el manejo periodístico, aunque el conductor no es periodista titulado pero tiene más de cuarenta años de trayectoria y preparación cotidiana en la materia.

Sin embargo, en el noticiero del medio día es donde surgen algunas dificultades desde varios puntos de vista; hay dos periodistas que quizás no se encuentran en la misma línea de trabajo y esto se evidencia en la coordinación propia de sus conductores.

La conclusión a la que llega Luis Vásconez, es que: “falta más diálogo previo entre las dos partes para prepararse y acordar en la información que se dará a conocer, además, se siente una falta de preparación para las entrevistas”.<sup>162</sup>

Por otro lado, es el informativo donde más fallan las entrevistas acordadas por los invitados que no llegan, y terminan cancelando en último momento; aunque esos son los gajes del oficio, sin duda esta situación complica al noticiero y quizás provoca un bajo rendimiento.

Las debilidades de los informativos pasa por la oportunidad de tener la información; es decir: “Cobertura de las noticias del momento; esto conlleva a tener un reajuste en la distribución del trabajo de los reporteros. Si bien es cierto ‘Ondas Azuayas’, tiene dos reporteros donde no se diversifica las temáticas de cobertura, provocando una desactualización de los hechos para el oyente”.<sup>163</sup>

Para Luis Vásconez, falta más honestidad para poder tratar las temáticas de los informativos: “poderlos tratar con versatilidad, diversidad y dinamismo, lo

---

<sup>162</sup> Luis Vásconez, presentador de noticias “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 10, de Agosto, 2015.

<sup>163</sup> Alfredo Lazo, Coordinador de noticias en “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 06, de Agosto, 2015.





que nos permite salir de una imposición o de lo monotemático que se puede llegar a caer recurrentemente”.<sup>164</sup>

De modo similar, las principales fortalezas de los informativos en “SonoOnda”, se basan en un entrevistado y si es de peso o de importancia es mejor; sostiene Juan Carlos Espinoza, que a la gente le gusta escuchar a las personas importantes, “aquellas que ocupan grandes cargos o los que generan cierto grado de polémica por las cosas que dicen o hacen en el entorno donde se desenvuelven”.<sup>165</sup>

Freddy Guamaní, reseña que los informativos se distribuyen en segmentos; por ejemplo:

El lunes se realizaba un balance de lo que se había suscitado el fin de semana; ésta es: cobertura directa desde la policía nacional: choques, asaltos, robos que es el día a día de la ciudad. Los martes, se hacía temas culturales, invitábamos a las personas vinculadas con la cultura de Cuenca como personal de la Casa de la Cultura, museos, o compañeros que estaban dentro del tema bilingüe, el resto de días se trabaja con los temas de interés colectivo.<sup>166</sup>

De hecho, un aspecto fundamental que fortalece en el informativo, es que los periodistas hacen flashes informativos y reportes, utilizan sus comunicadores para hacer cualquier tipo de noticias; en este caso tenían reporteros para cubrir las notas periodísticas, si había algo urgente se salía en vivo mediante la radio comunicación, desde luego para dar a conocer al instante la información.

Me acuerdo de compañeros como Ángel Bueno, que hacía esa labor de cubrir las notas periodísticas dentro de Cuenca; y también cubría las notas rurales, de las comunidades: las mingas, los talleres que se realizaban. Los reporteros estaban presentes y daban a conocer qué se estaba haciendo, y nos contaban al instante; siempre había los enlaces o flashes informativos que salían en

<sup>164</sup> Luis Vásconez, presentador de noticias “Ondas Azuayas”, entrevistado por José Mejía, Cuenca, 10, de Agosto, 2015.

<sup>165</sup> Juan Carlos Espinoza Suco, presentador de noticias “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25, de Septiembre, 2015.

<sup>166</sup> Freddy Guamaní, productor y presentador de “SonoOnda”, entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25, de Septiembre, 2015.



cualquier momento, no se esperaba que suceda algo, al contrario salía en vivo, con los entrevistados y se trabajaba de muy buena manera.<sup>167</sup>

La debilidad de los informativos en "SonoOnda", según Fausto Paute, es no tener a quien entrevistar:

Pasar solo notas leídas de periódicos vuelve mediocre al noticiero, el asunto es buscar información, hacer reporteria, entrevistas telefónicas, conseguir que el entrevistado enriquezca al receptor, con sus conocimientos en ciertos temas de interés colectivo, toda información contrastada, investigada, va a ser relevante para nuestro trabajo diario.<sup>168</sup>

Coincide Juan Carlos Espinoza, que una de las falencias más grandes es que los periodistas únicamente llegan a leer un periódico: "¿Qué pasaría si el Tiempo o el Mercurio paraliza sus labores?, ¿qué van a hacer?, ¿qué van a leer?; entonces la fortaleza, la grandeza de un medio de comunicación en los informativos deben ser las entrevistas y sus propias notas".<sup>169</sup>

A esta situación se le puede sumar la falta de personal en la emisora, pues con una o dos personas no se puede realizar un informativo competitivo como tienen otros medios locales; esta es una de las grandes debilidades que la radio debe tratar de resolver e incrementar el personal para el informativo a pesar que se vuelve complicado por el tema económico porque además se debe invertir en nuevas tecnologías, y disponer de equipos para que cada periodista desarrolle eficazmente su labor; en la actualidad, cada uno debe traer su computadora, su grabadora para realizar los diferentes trabajos periodísticos.

---

<sup>167</sup> Juan Carlos Espinoza Suco, presentador de noticias "SonoOnda", entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25, de Septiembre, 2015.

<sup>168</sup> Fausto Paute, programador musical de "SonoOnda", entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 26, Agosto, 2015.

<sup>169</sup> Juan Carlos Espinoza Suco, presentador de noticias "SonoOnda", entrevistado por Guido Peñaloza, Cuenca, 25, de Septiembre, 2015.



#### 4.12 ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN.

Programar significa planificar el trabajo radiofónico dentro del medio donde se trabaja, para ello debemos recordar que “uno de los graves escollos es la improvisación y dicho problema resulta importante para la programación de cada día; por ello es necesario recordar que la mayoría de medios, tiene las características generales de la programación radial que constan de: música, noticias y publicidad”.<sup>170</sup>

Música: mensaje musical o llamado también el mensaje fonográfico porque más del 99.9% de la música que escuchamos en radio es grabada.

Noticias: es mejor llamarle tiempo de lectura pues el mayor porcentaje de emisoras carecen de personal periodístico mínimo para mantener un informativo radial. Esto determina que tenga lectores de prensa en vez de reporteros.

Publicidad: aquí se debería diferenciar entre los anuncios bien realizados y expuestos con buen gusto y seriedad y los gritos destemplados para promocionar tal o cual artículo o servicio.

Para algunos autores el triángulo “discos- noticias- publicidad” es el esquema de una programación de bajo costo. En otros términos Ward L. Quaal y Leo A. Martin, acotan que “basta con un operador/ locutor dualidad, cuya discutible eficiencia encubre otra forma de limitación de fuentes de trabajo para ahorro del dueño.

---

<sup>170</sup> Anda y Ramos; 2011: 356.

Si analizamos la programación en su globalidad, encontraremos que el triángulo está encerrado en un gran interés propagandístico”.<sup>171</sup>

A continuación, el gráfico detalla cómo se viene manejando algunos medios de comunicación, por la falta de recursos económicos, las emisoras contrata una persona para que realice: producción, programación, y reportajes.



Imagen de Ward L. Quaal y Leo A. Martin.- Triángulo de bajo costo y de más accesible para los medios de comunicación, para aplicar una programación de una sola dirección.

La radio a pesar de sus características singulares que la convierten en el medio de información de mayor penetración y alcance, en Latinoamérica es evidente que no ha caminado con la historia y su desarrollo ha sido notorio más en el acampo tecnológico que en el de la programación.

#### 4.13 ¿CÓMO PROGRAMAR?

Sin tener una investigación periódica sobre la aceptación del público, el programador radial trabaja a ciegas, su criterio y el de sus inmediatos colaboradores no son suficientes para creer que las cosas se están haciendo bien. Muchas estrellas de la radio se llevarías grandes decepciones si hubiese

---

<sup>171</sup> Quaal y Martin; 1971: 73.



un aparato que les informe que su audiencia es mínima o que no les escucha nadie. Esto confirma que el programador radial jamás debe pretender llegar a todos los públicos. El dicho popular de que “quien mucho abarca poco aprieta”,<sup>172</sup> es aplicable a la intención del comunicador radiofónico.

#### 4.14 VARIEDADES DE CONTENIDOS.

Si va a ser un programador en radio, debemos saber que vamos a manejar contenidos, aquí analizaremos algunos de los contenidos para no utilizarlos “ingenuamente”; entre ellos, mencionaremos cuatro básicos: de razonamiento (informativo-educativo-orientadores); de evasión (de entretenimiento); de alienación (desrealizadores); y de castigo (irritantes).

- a) De razonamiento.- Son los que invitan a la reflexión de ciertas lecturas educativas, de comentarios orientadores, de cierto tipo de noticias y de todo aquello que aporta al conocimiento formativo.
- b) De evasión.- Nadie ha discutido la importancia del entretenimiento. Todo el mundo requiere de algo que relaje sus tensiones y ayude a retomar energía vital para renovar el trabajo cotidiano.
- c) De alineación.- Este tipo de contenidos le encontramos muy cerca del mal entendido entretenimiento. Generalmente están en programas musicales, deportivos, noticiosos, mal conducido.
- d) De castigo.- Para nadie es desconocido que el mensaje comercial constituye una molestia premeditada, son mensajes de “castigo” porque interrumpe la noticia, la novela, la narración, la música y, sobre todo, son impuestos al oyente.

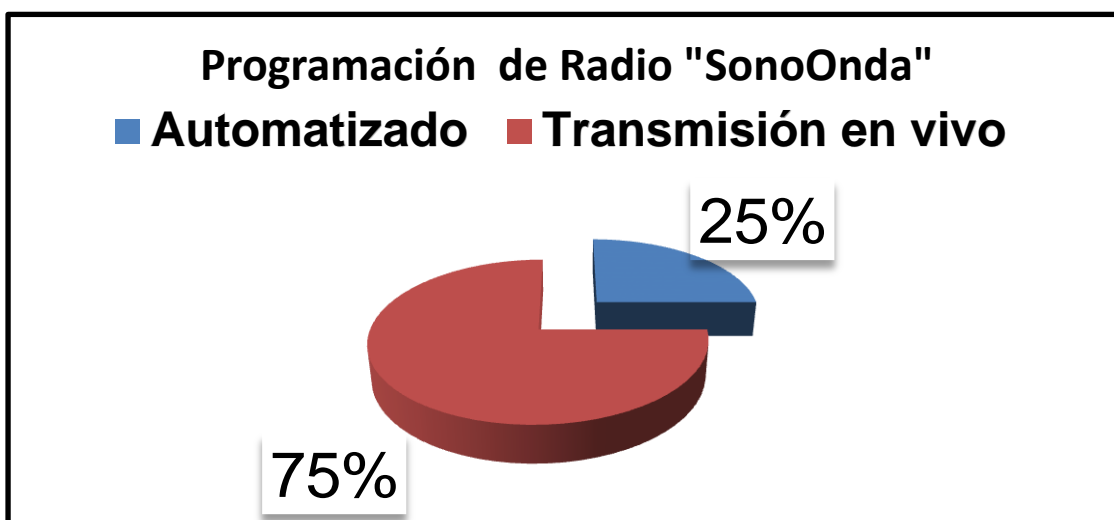
---

<sup>172</sup> Anda y Ramos; 2011: 356.

#### 4.15 ANÁLISIS DE PROGRAMACIÓN EN “ONDAS AZUAYAS Y SONOONDA”.

##### 4.15.1 PROGRAMACIÓN DE RADIO “SONOONDA” 2015.

De las veinticuatro horas de programación, “SonoOnda” tiene dieciocho horas de transmisión en vivo; es decir, con personal al frente de la programación y seis horas automatizadas con el programa radial Jazzler II.



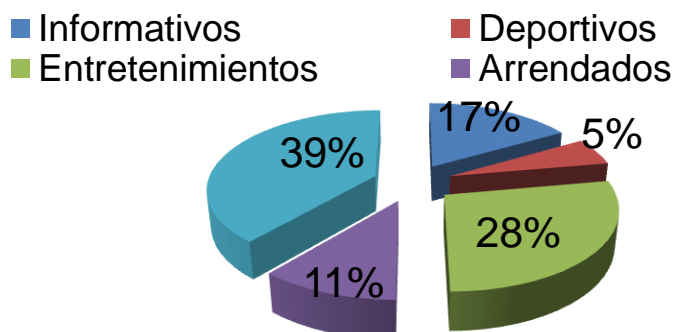
#### CATEGORÍAS EN RADIO SONOONDA

##### TRANSMISIÓN EN VIVO.

Dentro de la transmisión en vivo encontramos las siguientes categorías: formativas, informativas, deportivas y espacios arrendados con horas establecidas.

Categorías de lunes a viernes	Horas
Informativos	3h00
Deportivos	1h00
Entretenimiento	5h00
Arrendados	2h00
Formativos	7h00

### Categorías de Lunes a Viernes



### Categorías del Sábado

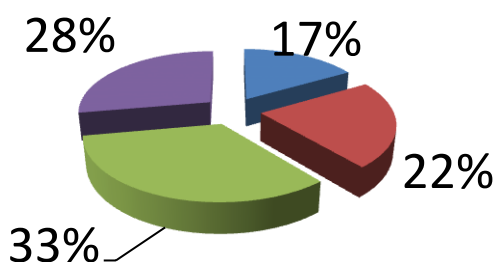
Encontramos tres categorías claras en su programación en vivo como: arrendadas, informativa, entretenimiento.

Categorías sábado	Horas
Informativos	3h00
Arrendados	5h00
Entretenimiento	6h00
Formativos	4h00

### Categorías del Domingo

#### Categorías del sábado

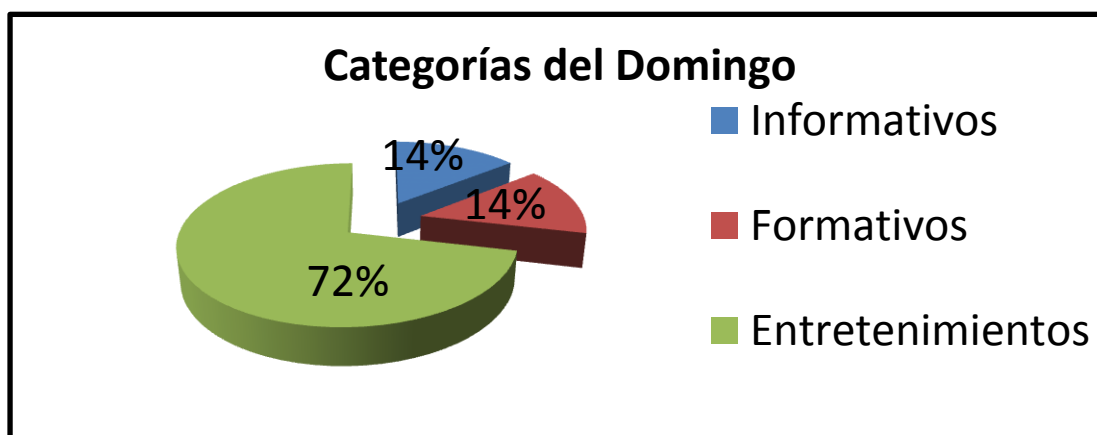
■ Informativos ■ Formativos ■ Entretenimientos ■ Arrendados





El último día de la semana se mantiene las categorías: informativo, formativo, y entretenimiento. Vale señalar que la programación de los días domingos es de catorce horas en transmisión en vivo y diez horas automatizadas.

Categorías del domingo	Horas
Informativos	2h00
Entretenimientos	10h00
Formativos	2h00



Las categorías han sido expuestas en su programación en vivo es decir: lunes a sábado con sus dieciocho horas de transmisión en vivo, mientras que el día domingo se reduce la programación a catorce horas regulares. En las automatizaciones de la programación radial son 100% musicales y contemplan todo tipo de género musical; no hay programas así como tampoco espacios contratados que se repitan.



**PARRILLA DE PROGRAMACIÓN RADIO SONOONDA 960 AM 2015.**

**Tipo de Emisora:** Comunitaria. **Frecuencia:** Privada. **Concesionarios:** Vicente Serrano.

**Representante Legal:** Sr. Rafael Quezada. **Slogan:** “Voz y Mensaje Popular”

PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
04:00	06:30	02h30	Despertar Campesino	“F” Formativo Entretenimiento Educativo Cultural.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música popular, pasacalles, albazos, danzantes, y arabíes, con mensajes y consejos para el agricultor.
06:30	07:00	0h30	Enlace con Corape	“I” Informativo, Cultural, Educativo, y Opinión.		Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Información a nivel nacional con enlace a Corape desde Quito.



PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
07:00	08:00	01h00	Informativo 960	"I" Informativo, Opinión.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Información de contenido internacional, nacional, local, y Deportivo, con: enlaces, reportajes, segmentos de salud.
08:00	11:00	03h00	Éxitometro Musical	"E" Entretenimiento Informativo.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música nacional bailable, con capsulas informativas, y el micro informativo de la hora.



11:00	12:00	01h00	Eternos Pasillos del Alma	“F” Formativo, Entretenimiento Cultural.	Arrendado	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Recolección de los mejores pasillos de los años de oro, y capsulas culturales.
PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
12:00	13:00	01h00	Informativo 960. Segunda Edición	“I” Informativo, Opinión.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Con la información que sucede en la ciudad, el país, y el mundo.
13:00	15:00	02h00	Folklor de Nuestra Tierra.	“F” Formativo, Entretenimiento Cultural.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Con la música indígena ecuatoriana, andina, folklórica, latino americana, y difusión de espacios culturales.



15:00	16:00	01h00	Onda Deportiva	"D" Informativo, Deportivo, Opinión	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Información deportiva del Austro, del país y del mundo. Transmisión del Fútbol.
PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN h/m	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
16:00	18:00	02h00	Festival de la Rockola	"E" Entretenimiento	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música de la rockola con el mejor repertorio de nuestros artistas: nacional, e Internacional.
18:00	18:30	00h30	Enlace con Corape	"I" Informativo, Cultural, Educativo, y Opinión.		Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Información a nivel nacional con enlace a Corape.



18:30	19:30	01h00	Don Fernando	"C" Espacio Contratado	Arrendado	Público Adulto	Producción nacional.	Adultos	Consejos de salud, medicina ancestral, futuro, suerte, trabajo y amor.
19:30	20:00	00h30	Música popular Ecuatoriana	"E" Entretenimiento Cultural, Opinión.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Difusión de la música popular de los tiempos de antaño, y de actualidad.
PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
20:00	22:00	02h00	Noches de Sonoonda	"E" Entretenimiento Informativo, Cultural y Opinión.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música variada con segmentos: informativos, culturales, deportivos, todo relacionado con nuestro día.



22:00	04:00	06h00	Música Bailable	"E" Entretenimiento	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Toda la música variada en sus diferentes géneros
PROGRAMACIÓN DEL SÁBADO									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
04:00	07:00	03h00	Al nacer la Aurora	"E" Entretenimiento.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música variada de banda y acordeón.
07:00	10:00	03h00	A todo ritmo	"E" Entretenimiento	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música Bailable en sus géneros.
PROGRAMACIÓN DEL SÁBADO									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
10:00	13:00	03h00	Cadena Presidencial	"I" Informativa.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Mensaje del Presidente del Ecuador.



13:00	18:00	05:00	Sábados de Rumba	"E" Entretenimiento.	Arrendado	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música variada en todos sus géneros.
18:00	22:00	04h00	Desempolvando el Baúl	"E" Entretenimiento.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música clásica Ecuatoriana de antaño.
22:00	04:00	06h00	Música Bailable	"E" Entretenimiento	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Toda la música variada en sus diferentes géneros
<b>PROGRAMACIÓN DEL DOMINGO</b>									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
04:00	08:00	04H00	Al nacer la Aurora	"E" Entretenimiento.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música variada de banda y acordeón.



PROGRAMACIÓN DEL DOMINGO									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
08:00	09:00	01h00	Programa Alcohólicos Anónimos	“O” Informativo y Opinión.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Temas especiales para superar los problemas de alcohol y drogas.
09:00	10:00	01h00	Música Variada	“E” Entretenimiento.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música nacional bailable.
10:00	11:00	01h00	La hora Campesina.	“O” Informativa, Opinión.	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Análisis de la red nacional, entrevistas en vivo, temas de actualidad nacional.
11:00	13:00	02h00	Valsecitos de Siempre y para Siempre	“Fº” Formativo	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Con la mejor música del Ecuador.





13:00	15:00	02h00	Controversia	"E" Entretenimiento	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Programa lleno de concursos, segmentos.  Llamadas al aire
PROGRAMACIÓN DEL DOMINGO									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
15:00	18:00	03h00	Variedades del Domingo	"E" Entretenimiento	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Música variada, una radio revista familiar.
18:00	04:00	10h00	Música Bailable	"E" Entretenimiento	Propio del medio.	Todo público.	Producción nacional.	Familiar	Toda la música variada en sus diferentes géneros

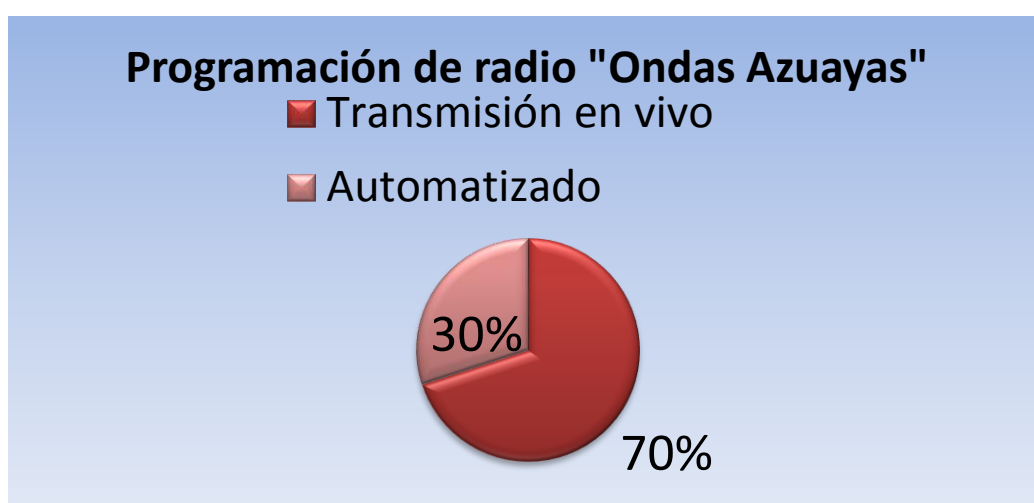
 PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES.

 PROGRAMACIÓN DEL SÁBADO.

 PROGRAMACIÓN DEL DOMINGO.

#### 4.15.2 PROGRAMACIÓN DE RADIO “ONDAS AZUAYAS”, 2015.

Radio Ondas Azuayas, tiene veinticuatro horas de programación, de las cuáles diecisiete horas son transmisión en vivo; es decir, con personal al frente de la programación operando cada uno de los sistemas y, además, seis horas automatizadas con un piloto y un sistema de audios; se utiliza el programa radial Radio 5. A continuación se detallará con porcentajes la programación “Ondas Azuayas” y sus diferentes categorías.

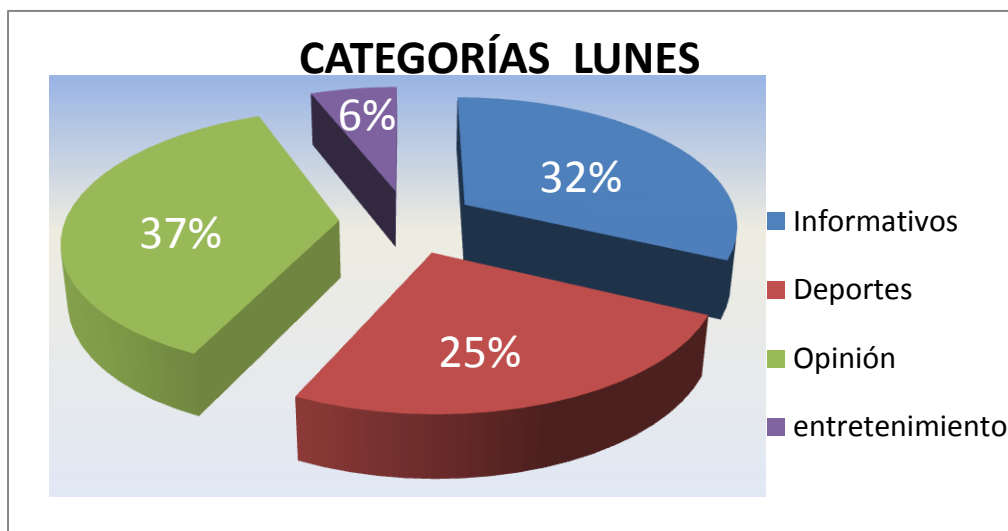


#### Categorías en radio “Ondas Azuayas”

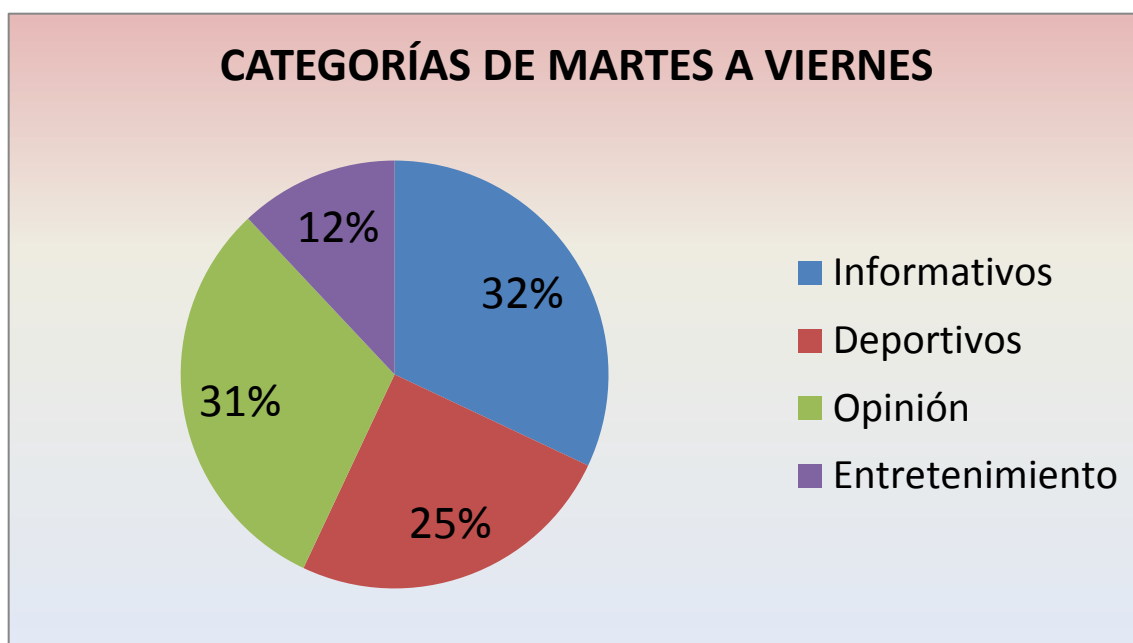
##### Transmisión en vivo

En la transmisión en vivo encontramos las siguientes categorías: formativas, informativas, deportivas y culturales, con las horas establecidas:

Categorías lunes	Horas
Informativos	5h40
Deportivos	4h00
Opinión	6h20
Entretenimiento	1h00



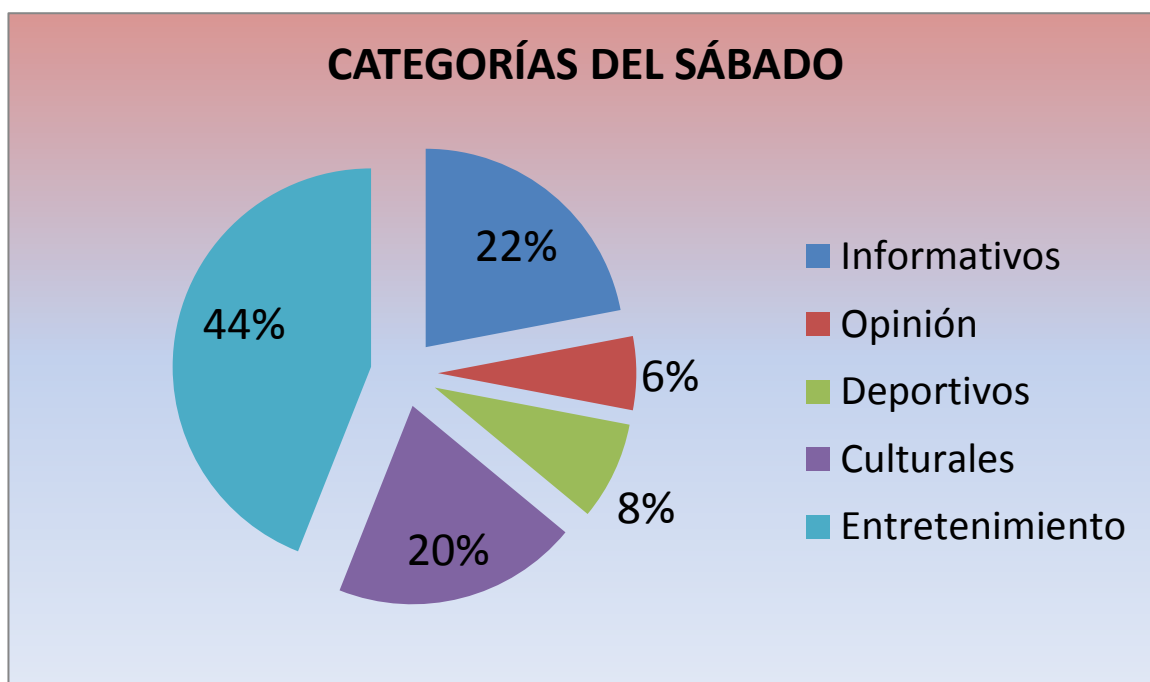
Categorías de martes a viernes	Horas
Informativos	5h40
Deportivos	4h00
Opinión	5h20
Entretenimiento	2h00



## Categorías del Sábado

Encontramos tres categorías claras en su programación en vivo de este día: opinión, informativa, entretenimiento deportivos y Culturales.

Categorías del sábado	Horas
Informativos	3h50
Opinión	1h00
Deportivos	1h10
Culturales	3h30
Entretenimiento	7h30



## Categorías del Domingo

El último día de la semana se mantiene las categorías: informativo, formativo, opinión y entretenimiento. Vale señalar que la programación de los días domingos es de diecisiete horas en transmisión en vivo y siete horas automatizadas.



<b>Categorías del domingo</b>	<b>Horas</b>
Informativos	3h00
Entretenimientos	9h00
Opinión	5h00





## PARRILLA DE PROGRAMACIÓN RADIO ONDAS AZUAYAS 110AM

**Tipo de Emisora:** HABLADA INFORMATIVA.

**Frecuencia:** PRIVADA.

**Concesionarios:** JOSE CARDOSO FEICAN Y HEREDEROS.

**Representante Legal:** SR. GUIDO CARDOSO MARTÍNEZ.

**Slogan:** “LA DECANA DE LA RADIODIFUSIÓN”.



PROGRAMACIÓN DE LUNES									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
05:00	06:00	01h00	Ondas Musicales	“E” Entretenimiento.	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Adultos	Música del recuerdo cover Nacional artistas ecuatorianos.
06:00	07:00	01h00	Informativo	“I” Informativo,	Producción	A	Producción	Familiar	Información a nivel nacional



			local Minuto a Minuto	Educativo, y Opinión.	Nacional	Todo público.	propia del medio		y lo más destacado del tema Local
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
07:00	08:50	01h50	Informativo Radio Noticias primera emisión	“1” Informativo, Opinión.	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información de contenido internacional, nacional, local, enlaces, reportajes, segmentos de Radio Francia internacional.
									Información del ámbito Deportivo



08:50	10:00	01h10	Tiempo de Juego	"D" Deportivo	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	entrevistas , análisis y Comentarios.
10:00	10:30	00h30	Radio Francia Internacional I Boletín de Radio	"I" Informativo	Producción Extranjero	Todo público.	Satélite internacional al RFI	Familiar	Información Internacional
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO





10:30	12:00	01h30	Derechos Urbanos	“O” De Opinión	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Con la información que sucede en la ciudad, el país, y el mundo.
12:00	13:25	01h25	Informativo Radio Noticias Segunda emisión	“I” Informativo y de Opinión	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información de contenido internacional, nacional, local, enlaces, reportajes, segmentos de Radio Francia internacional.
13:25	13:50	00h25	Teleamazonas	“I” Informativo,	Producción nacional.	Todo público.	Enlace televisivo	Familiar	Información nacional con la cadena Teleamazonas desde la ciudad de



				Opinión					Quito
13:50	15:30	01h40	Tiempo de Juego	"D" Deportivo	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información del ámbito Deportivo entrevistas , análisis y Comentarios.
15:30	17:30	02h00	Reprise Voces de la Ciudad.	"O" Opinión	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Debates abordan temas de coyuntura local
									Análisis con la coyuntura



17:30	18:50	01h20	Regresando con Andrés Carrión	“O” Informativo Opinión	Producción nacional.	Público Adulto	Propio del medio	Adultos	del país. Temas económicos sociales y políticos
18:50	20:00	01h10	Tiempo de Juego	“D” Deportivo	Producción nacional.	Todo público con vigilancia de un Adulto.	Propio del medio.	Adultos	Difusión de la música popular de los tiempos de antaño, yd e actualidad, difusión cultural.
				“I”	Producción				Información nacional con la cadena Teleamazonas



20:00	20:30	00h30	Teleamazonas	Informativo, Opinión	nacional.	Todo público.	Propio del medio	Adultos	desde la ciudad de Quito
20:30	22:00	01h30	Reprise Derechos Urbanos	"O" De Opinión	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Adultos	Culturales, Sociales Incluyentes y Políticos

**PROGRAMACIÓN DE MARTES A VIERNES**

HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
05:00	06:00	01h00	Reprise Regresando con	"O" Informativo	Producción Nacional	A Todo público.	Producción Nacional.	Familiar	Análisis con la coyuntura del país. Temas económicos sociales y



			Andrés Carrión	Opinión - Todo público					políticos
06:00	07:00	01h00	Informativo local Minuto a Minuto	"I" Informativo, Educativo, y Opinión.	Producción Nacional	A Todo público.	Producción propia del medio	Familiar	Información a nivel nacional y lo más destacado del tema Local
07:00	08:50	01h50	Informativo Radio Noticias primera emisión	"I" Informativo, Opinión.	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información de contenido internacional, nacional, local, enlaces, reportajes, segmentos de Radio Francia internacional.
									Información del



08:50	10:00	01h10	Tiempo de Juego	“D” Deportivo	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	ámbito Deportivo entrevistas , análisis y Comentarios.
10:30	12:00	01h30	Derechos Urbanos	“O” De Opinión	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Con la Información que sucede en la ciudad, el país, y el mundo.



12:00	13:25	01h25	Informativo Radio Noticias  Segunda emisión	“I”  Informativo y de Opinión	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información de contenido internacional, nacional, local, enlaces, reportajes, segmentos de Radio  Francia internacional.
13:25	13:50	00h25	Teleamazonas	“I”  Informativo, Opinión	Producción nacional.	Todo público.	Enlace televisivo	Familiar	Información nacional con la cadena  Teleamazonas desde la ciudad de Quito
					Producción				Información del ámbito  Deportivo



13:50	15:30	01h40	Tiempo de Juego	"D" Deportivo	nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	entrevistas , análisis y Comentarios.
15:30	17:00	01h30	América Latina y su música	"E" Entretenimiento e Informativa	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio	Familiar	Música información y enlace con Rfi satelital
17:00	18:50	01h50	Regresando con Andrés Carrión	"O" Informativo Opinión	Producción nacional.	Público Adulto	Propio del medio	Adultos	Análisis con la coyuntura del país.  Temas económicos sociales y políticos
						Todo	Propio del		Difusión de la música popular de los tiempos





18:50	20:00	01h10	Tiempo de Juego	"D" Deportivo	Producción nacional.	público con vigilancia de un adulto.	medio.	Adultos	de antaño, yd e actualidad, difusión cultural.
20:00	20:30	00h30	Teleamazonas	"I" Informativo, Opinión	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio	Adultos	Información nacional con la cadena Teleamazonas desde la ciudad de Quito
20:30	22:00	01h30	Reprise Derechos Urbanos	"O" De Opinión	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Adultos	Culturales, Sociales Incluyentes y Políticos



PROGRAMACIÓN DEL SÁBADO									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
05:00	06:00	01h00	Reprise Regresando con Andrés Carrión	“O” Informativo Opinión	Producción nacional.	Público Adulto	Propio del medio	Adultos	Análisis con la coyuntura del país.  Temas económicos sociales y políticos
06:00	07:00	01h00	Resumen semanal de Noticias	“I” Informativo	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información Nacional y Local.



07:00	08:50	01h50	Radio Noticias sábado	"I" Informativa y Opinión.	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información de contenido internacional, nacional, local.
08:50	10:00	01:10	Deportes	"D" Deportivo	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información del ámbito Deportivo entrevistas , análisis y Comentarios.
10:00	11:30	01h30	Alquimia la esencia de la radio	"C" Cultural y opinión	Producción nacional.	Todo público	Propio del medio	Familiar	Su contenido se basa en lo cultural y social



11:30	15:00	03h30	Voces Ecuatorianas en baladas	“E” Entretenimiento	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio	Familiar	Toda la música romántica en voces ecuatorianas
15:00	18:00	03H00	Solo en los recuerdos	“E” Entretenimiento.	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Adultos	Música especializada ecuatoriana pasillos, boleros,
18:00	20:00	02h00	Alquimia la esencia de la radio	“C” Cultural y opinión	Producción nacional.	Todo público	Propio del medio	Adultos	Su contenido se basa en lo cultural y social
20:00	21:00	01h00	Resumen semanal	“I” Informativo	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Adultos	Información Nacional y Local.



21:00	22:00	01h00	Ondas Musicales	“E” Entretenimient o.	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Adultos	Música del recuerdo Nacional artistas ecuatorianos
<b>PROGRAMACIÓN DEL DOMINGO</b>									
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
05:00	06:00	01h00	Ondas Musicales	“E” Entretenimiento.	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Música del recuerdo Nacional artistas ecuatorianos.



06:00	07:00	01h00	Resumen semanal	"I" Informativo	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información Nacional y Local
07:00	08:00	01h00	Descifrando con Thalía Flores	"O" Opinión	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Debates abordan temas de coyuntura Nacional
08:00	08:30	00h30	Informativo radio noticias dominical	"I" Informativo	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información nacional y local
HORA INICIO	HORA FINAL	DURACIÓN	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN	PRODUCCIÓN	OBJETIVO AUDIENCIA	ORIGEN	FRANJA	CONTENIDO
			Voces de la ciudad	"O"	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Debates abordan temas de coyuntura



08:30	10:30	02h00		Opinión					local
10:30	11:00	00h30	Radio Francia Internacional Boletín de Radio	“I” Informativo	Producción Extranjero	Todo público.	Satélite internacion al RFI	Familiar	Información Internacional
11:00	15:00	04h00	Voces Ecuatorianas en baladas	“E” Entretenimiento	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio	Familiar	Toda la música romántica en voces ecuatorianas
15:00	18:00	03h00	Ondas Musicales	“E” Entretenimiento.	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Adultos	Música del recuerdo cover Nacional artistas ecuatorianos.
			Reprise Voces de la Ciudad	“O” Opinión	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Debates abordan temas de coyuntura



18:00	20:00	02h00							local
20:00	21:00	01h00	Resumen semanal	"I" Informativo	Producción nacional	Todo público.	Propio del medio.	Familiar	Información Nacional y Local.
21:00	22:00	01h00	Solo en los recuerdos	"E" Entretenimiento.	Producción nacional.	Todo público.	Propio del medio.	Adultos	Música especializada ecuatoriana pasillos, boleros.



PROGRAMACIÓN DE LUNES.



PROGRAMACIÓN DEL MARTES A VIERNES.



PROGRAMACIÓN DEL SABADO.



PROGRAMACIÓN DEL DOMINGO.





## CAPÍTULO 5

### 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

#### 5.1 CONCLUSIONES.

La radiodifusión en el Austro, desde su aparición en la décadas de los treinta, ha marcado históricamente su espacio en los hogares de quienes habitamos en este lado del país, no solo en el ámbito de sintonía, sino también en el ámbito de la credibilidad. A través de sus emisiones diarias: informativos, espacios de opinión, espacios de entretenimientos, música, deportes, etc., se convierten en generadores de opinión para la ciudadanía en general.

El objetivo central de nuestra investigación consistió: en realizar un análisis comparativo de la producción técnica y coordinación periodística de los medios radiales: “SonoOnda 960 Am” y “Ondas Azuayas 1110 am”, durante los meses: febrero y diciembre de 2014.

El método descriptivo cuanti-cualitativo, empleado a través de entrevistas en profundidad, nos permitió en primera instancia conocer más sobre las personas involucradas en la tarea de la producción técnica y coordinación periodística de cada emisora, esto nos permitió llegar a las siguientes conclusiones:

En “Ondas Azuayas”, una de las emisoras pioneras de la ciudad, con 67 años de transmisiones, cuya propiedad es privada independiente, tiene una planta periodística diverso y heterogéneo (en formación académica e intercultural) con mucha trayectoria en radio, quienes a pesar de haber realizado durante muchos tiempo el periodismo de una forma empírica, se han esforzado por establecer una programación de calidad, incluyente y participativa, con temas políticos, sociales, económicos, culturales.



Su objetivo ha sido guiar a la audiencia sobre los acontecimientos del país. De la misma manera ha sumado nuevos talentos en el campo de la comunicación social, con nuevas propuestas de trabajo en la radiodifusión, se ha convertido en una Escuela del Periodismo.

Por su parte, “SonoOnda”, tiene 27 años de emisiones en vivo, es una joven radioemisora cuyo propósito es llegar a las zonas rurales y campesinas del territorio Ecuatoriano; y que emprendió durante la década de los ochenta, en los gobiernos de la corte neoliberal, la reivindicación de los derechos humanos de las clases sociales marginadas, como consecuencias de las políticas imperialistas. Es una de las pocas emisoras comunitarias del país, que cuenta con un perfil profesional homogéneo (su personal tienen estudios de tercer nivel en la rama de la comunicación social), formado en los distintos centros de estudios de la ciudad, que ha transformado la visión del medio con nuevas propuestas e ideas de trabajo para la comunidad.

Ante la necesidad de profundizar el conocimiento sobre cómo se efectúan los distintos programas en cada emisora, escogimos los espacios informativos por el trabajo arduo y los roles del productor, y coordinador periodístico, que se realizan dentro de estos medios de comunicación; a través de esto, logramos establecer las funciones de cada uno de quienes trabajan en est.

Para la recopilación de la información se entrevistó a ocho personas en diferentes áreas de trabajo, vinculados al tema de investigación (cuatro en “Ondas Azuayas” y cuatro en “SonoOnda”). Por lo que se concluyó que los diálogos en profundidad, proporcionan la mayor cantidad de datos, experiencias personales, vivencias, y anécdotas, que pueden ser analizados de



acorde a la información que se desea extraer, siendo fundamentales estos, para la creación y adquisición de conocimientos.

Con respecto al productor se puede indicar que:

Es quién maneja la imagen del medio, es quién estructura adecuadamente la puesta en escena de cada programa, convirtiéndose en el nexo entre la cabina de radio y el oyente. En la investigación realizada se advirtió que por el productor pasa todo el trabajo diario de la radio y es quien tome las decisiones, estableciendo previamente las líneas de partida y de funcionamiento a periodistas, coordinadores y presentadores; su diálogo deberá ser fluido y constante con todas las partes del medio, el propósito fundamental será que en lo posible toda transmisión sea nítida, entendible y audible, además deberá ser un conocedor de las nuevas tecnologías.

En este contexto, la investigación pudo establecer que “Ondas Azuayas” y “SonoOnda”, cuentan con productores ya sean: musicales o informativos, encargados de vigilar, y trabajar en beneficio global del medio, para mejorar la calidad de los programas, respetando a sus principios comunicacionales y los respectivos nichos de audiencia; sin embargo, estas mismas personas también se les atribuye otras funciones como: controlador, periodista o reportero.

Tanto en “Ondas Azuayas” como en “SonoOnda” se comprende de la necesidad del productor y su importancia, pero todavía falta profesionales especializados que provengan desde sus cimientos con conocimientos técnicos y básicos sobre cómo funciona una radio y sus aprendizajes y experiencias estén orientas a convertirse en productores.



Con respecto a la coordinación periodística, existe una gran coincidencia entre productor y coordinador, pero no se debe entender igualitariamente esta función porque cada uno tiene un área distinta de trabajo. De la investigación se desprende que el coordinador es la base de los programas informativos de cada medio, esto a través del manejo de las agendas setting y la construcción de las noticias. Él proporcionará los contenidos de cada emisión noticiosa, distribuyendo su tiempo adecuadamente en: entrevistas, audios, reportajes y enlaces; actividades establecidos por intermedio de una reunión, entre el consejo directivo y los periodistas.

Sobre la agenda Setting o de medios, surgió que se la considera como la cartilla de temas que se establecen como importantes del medio para ser abordados e investigados por el periodista, con el propósito de recopilar la información y posteriormente dar paso a la construcción de la noticia; para ello se necesita de un trabajo interno de la emisora.

Así entonces, se pudo concluir que el coordinador de cada medio investigado tanto en "Ondas Azuayas" como "SonoOnda", maneja la agenda setting de forma individual, pero siempre en seguimiento de la línea editorial del medio a más de buscar, diagramar informativos de calidad, y así poder cumplir sus objetivos, a pesar de las adversidades que pueden encontrar en el camino.

Para ello hay un director de noticias, y un director programación, quienes conjuntamente con los periodistas y el coordinador exponen en una mesa de trabajo, los temas que serán procesados durante la semana; pero, sin duda, esto dependerá expresamente del director quien deberá estructurar los



contenidos de los espacios noticiosos, asumiendo la responsabilidad en el instante de salir en vivo.

En cuanto al programador surgió como el conocedor de la generación general de la programación, en el medio y la personalidad del mismo; es quien debe saber a qué hora tienen que ir los programas informativos, de opinión, de entretenimientos, musicales, enlatados, etc., todo de acorde a las distintas franjas horarias que son dependientes de la audiencia que escucha cada una de las emisoras analizadas.

Cabe mencionar en este punto, que durante la investigación se analizó la necesidad de diagramar un esquema de programación para cada medio, apegada a la realidad y flexible para poderse adaptarla a posibles cambios futuros; esto debería darse a través de una meditación de los recursos y metas de la estación, lo cual, podría poner fin a dicho esquema inicial planteado por el mismo director general del medio.

Por medio de esta investigación y la comparación realizada entre las programaciones de los dos medios de comunicación analizados, vale la pena puntualizar algunos aspectos que consideramos trascendentales:

“Ondas Azuayas” tiene una programación dedicada a un target socio- cultural - educativo, es decir, dedicado a personas con criterio formado y apegadas a la academia, cuyas atribuciones se basan en: un setenta por ciento de emisiones en vivo, el mismo que consta del 30% de espacios dedicados a informativos, siendo esto su plus más fuerte, por la generación de información y servicio que se brinda a la sociedad; no dejamos de lado el porcentaje que el medio brinda a los espacios de opinión que es un margen del 30%, a más que tiene el 20%



de espacios de información deportiva y un mínimo del 6% de espacios musicales.

“SonoOnda” tiene una programación muy distante de lo considerado formal porque su target es socio- cultural- comunitario, sus espacios dan más cabida a las distintas formas de educar y entretener a las zonas rurales de la región; por ello, cuenta con un 75% de emisiones en vivo, distribuidas con en un 39% de espacios formativos culturales; un 28% de espacios dedicados la música y entretenimiento; 17% a informativos; un 11% a espacios arrendados (medicinales); y, por último, un 5% al campo deportivo.

Por lo descripto anteriormente se concluye también en esta investigación la existencia de una gran diferencia estructural de la programación, y de los manejos periodísticos a la interna de los dos medio radiales, tornando casi incomparables a “Ondas Azuayas” con “SonoOnda”. Sin embargo se rescata el importante aporte hacia el conocimiento de las funciones, atribuciones, deberes y tareas de la producción técnica y coordinación periodística en la nueva época.

## **5.2 RECOMENDACIONES.**

Luego de realizar la presente investigación, creemos necesario que los dos medios: “Ondas Azuayas” y “SonoOnda”, encuentren personas calificadas y preparadas para manejar de forma individual las áreas de producción, y coordinación periodística y estos sirvan de nexo entre la radio y el oyente.

Así también es necesario se siga un proceso de formación y capacitación a los productores en cada medio, con el fin de reforzar sus conocimientos teóricos,



prácticos y tecnológicos sobre cuáles son sus funciones, tareas, y atribuciones como productor radiofónico.

Además, es importante promocionar el respetado de cada una de las áreas de trabajo, porque es de suma relevancia sus funciones para mejor la calidad y la distribución de la programación en las emisoras.



## BIBLIOGRAFÍA

ANDA Y RAMOS, Francisco de; La radio: El despertar del gigante; México: Ed. Trillas; 2011.

CARDOSO, Martha: Historias de Radio; Quito – Ecuador: Ed. Intiyan; 2009.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano; La radio en Internet: de la ciber radio a las redes y la radio móvil; Buenos Aires: Ed. Crujia; 2008.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano; La radio en la convergencia de la multimedia; Barcelona: Ed. Gedisa S.A; 2001.

COHEN, Daniel; PEREYRA Marta; Lenguajes de la radio; Argentina: Ed. Brujas; 2010.

ESCALANTE, Marco Vinicio; El reportero radiofónico; Quito - Ecuador: Ed. Belén; 1986.

GALGUERA, Carlos Fernández; Teorías de la comunicación; primera edición 2009; editorial México, McGra-Hill Interamericana Editores S.A.DEC.V.

HAUSMAN, Carl; MESSERE Fritz; Producción moderna de radio; México D.F: Ed. Gal S.A; 2011.

HOLGADO, Andrea; Radio itinerante: radio en la escuela y en la comunidad; Buenos Aires: Ed. La Crujia; 2011.

JARA, Oscar: Para Sistematizar experiencias: una propuesta teórica y práctica; Alforja. San José, Costa rica, 1998.

KAPLÚN, Mario: Producción de programas de radio; Quito- Ecuador: Ed. Ciespal; 1978.

PINEDA, Migdalia; Nuevas aproximaciones teóricas de la comunicación en un entorno posmoderno; 2012.

PRIETO CASTILLO, Daniel; Palabras e imágenes para la comunicación





impresa: curso a distancia en comunicación impresa. Quito. UCLA; 2006.

QUAAL; Ward L.; MARTIN; Leo A.; Dirección de estaciones de radio y televisión; Primera Edición 1971; México: Ed. Diana; 1971.

RAMOS, Pablo Daniel; El Periodismo en la Radio, marzo 2005.

SAMPIERE HERNÁNDEZ, Roberto Carlos; COLLADO FERNÁNDEZ; Lucio Pilar Bautista; Metodología de la Investigación; Cuarta Edición 2007; México Compañía Editorial Ultra; Pág. 24-93.

TORRES, Marco Polo; Locución radiofónica; Quito- Ecuador: Ed. Quipus; 1985.

VALLEJO, Raúl; Manual de Escritura Académica; año 2006.

VILLAVICENCIO, Manuel; Libro Escribir en la Universidad, Guía para estudiantes y docentes de pregrado y posgrado; año 2011.

## WEBLOGRAFIA

Universidad de Cuenca, Centro de Documentación Regional “Juan Bautista Vázquez”, <http://biblioteca.ucuenca.edu.ec/> 26/09/2014.

La Producción para Radio, [http://www.radialistas.net/especiales/archivos/Golpe\\_de\\_Radio.pdf](http://www.radialistas.net/especiales/archivos/Golpe_de_Radio.pdf) 03/10/2014.

Manual de Radio y Como hacer radio, <http://www.radialistas.net/manualurgente/ManualUrgenteRadialistas> 22/10/2014.

El Lenguaje Radiofónico, [https://www.academia.edu/7188061/ELLENGUAJE\\_RADIOFONICO](https://www.academia.edu/7188061/ELLENGUAJE_RADIOFONICO) 25/10/2014.

Ley Orgánica de Comunicación de la República del Ecuador. 2013, <http://registro.cordicom.gob.ec/data/Ley-Organica-Comunicacion.pdf> 25/10/2014.

El Poder de la Información. 2010, <http://www.fgbueno.es/edi/val/fvtgi08.pdf> 16/01/2015.

Gatekeepers: controladores de la información pública. 2014, <https://acunaherreramaria.files.wordpress.com/2014/02/gatekeepers-controladores-de-informacion-publica.pdf> 20/02/2015.